



INOVAÇÃO SOCIAL SOB A PERSPECTIVA DO EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO EM UMA ENTIDADE DO TERCEIRO SETOR

SOCIAL INNOVATION UNDER THE PERSPECTIVE OF ENTREPRENEURSHIP: A STUDY IN A THIRD SECTOR ENTITY

Suzete Antonieta Lizote, UNIVALI, Brasil, lizote@univali.br
Clóvis de Melo Cavalheiro, UNIVALI, Brasil, clovis.cavalheiro@gmail.com
Miguel Angel Verdinelli, UNIVALI, Brasil, nupad@univali.br
Aline Daiane Schlindwein, UNISUL, Brasil, alineds10@gmail.com
Eduardo Bugs Gonçalves, UCPEL, Brasil, edbugs1976@gmail.com

Resumo

A globalização tem provocado complexidade econômica, política e social na gestão das organizações, sejam com fins lucrativos ou não, e para se adaptarem elas têm se preocupado cada vez mais em procurar novos mecanismos de gestão. Assim, na atual conjuntura de muitas transformações, o Brasil nas últimas décadas, também tem passado por um processo de mudanças, em especial nas entidades que atuam no Terceiro Setor e que buscam pautar suas atividades na criação de valor. Em face desta realidade, o propósito deste estudo foi identificar a aplicabilidade da perspectiva do empreendedorismo com base em Choi e Majumdar (2015) no que tange às atividades desenvolvidas por uma organização do terceiro setor, a Fundação Fé e Alegria do Brasil. Metodologicamente considera-se uma pesquisa quantitativa e descritiva. Os dados foram coletados mediante a aplicação de um questionário junto aos gestores locais, regionais e nacionais da organização e foram levantados em um único momento, o que caracteriza o estudo como transversal. Inicialmente foi feita a caracterização demográfica dos respondentes da amostra por meio de estatística descritiva e, em seguida fizeram-se as análises inferenciais de comparação de médias com testes *t* ou análise de variância. Destaca-se que os resultados obtidos apontam que os gestores planejam as atividades realizadas em seus centros em consonância com a perspectiva do empreendedorismo de Choi e Majumdar (2015), com predominância das ações sobre a conscientização da sociedade local em relação aos direitos humanos e à transformação comunitária e a promoção de uma melhor gestão e sustentabilidade financeira, social e institucional. **Palavras-chave:** Inovação; Empreendedorismo; Terceiro Setor.

Abstract

Globalization has caused economic, political and social complexity in the management of organizations, whether for profit or not, and to adapt they have been increasingly concerned with finding new management mechanisms. Thus, in the current conjuncture of many transformations, Brazil in the last decades has also undergone a process of changes, especially in the entities that operate in the Third Sector and that seek to guide their activities in the creation of value. In view of this reality, the purpose of this study was to identify the applicability of the perspective of entrepreneurship based on Choi and Majumdar (2015) regarding the activities developed by a third sector organization, the Fé e Alegria do Brasil Foundation. Methodologically, it is considered a quantitative and descriptive research. The data were collected through the application of a questionnaire to the local, regional and national managers of the organization and were collected in a single moment, which characterizes the study as transversal. Initially the demographic characterization of the respondents of the sample was made through descriptive statistics, and then the inferential analyzes of means comparison were performed with t-tests or analysis of variance. It should be pointed out that the results show that managers plan the activities carried out in their centers in line with the entrepreneurship perspective of Choi and Majumdar (2015), with a predominance of actions on the awareness of local society regarding human rights and and promoting better financial, social and institutional management and sustainability.

Keywords: Innovation; Entrepreneurship; Third sector.



1. INTRODUÇÃO

As organizações sociais estão numa fase de transição, com significativa mudança de paradigmas, fundamentados na relação do ser humano com o conhecimento crítico-científico e com os produtos tecnológicos. Muitos são os avanços proporcionados por essa nova perspectiva, principalmente nas áreas das tecnologias da informação e do bem-estar econômico.

No entanto, uma grande parcela da sociedade está excluída desse processo de globalização tecnológica, pois a lógica do consumo e a cultura marcada pelo individualismo levam à fragmentação e ao relativismo quanto às relações interpessoais, provocando atitudes de intolerância, de preconceito, de violência em relação aos marginalizados e menos favorecidos. Segundo orientações do Observatório Luciano Mendes de Almeida (OLMA), no documento intitulado Marco de Orientação para a Promoção da Justiça Socioambiental da Companhia de Jesus, a facilidade do contato com as diferentes culturas fez com que a alteridade e a diversidade fossem reconhecidas como uma riqueza de nossa existência humana compartilhada.

Apesar de todos os avanços, a sociedade brasileira continua marcada por injustiças graves, com multidões sendo privadas do acesso ao atendimento de suas necessidades básicas, sobrevivendo em situações que impedem o desenvolvimento de uma vida digna. De acordo com Oliveira (2015, p. 12) “A busca pela superação da desigualdade social na sociedade moderna vem sendo abordada sob duas perspectivas: a ideia de igualdade absoluta (igualdade total na situação socioeconômica dos indivíduos) e igualdade relativa (igualdade de oportunidades a todas as pessoas da sociedade) [...]”.

No contexto econômico, social e político contemporâneo no Brasil, marcado pela crise financeira, vive-se um momento de grandes incertezas. Cada vez mais, buscam-se alternativas de inovação para responder às mudanças, e as organizações sem fins lucrativos precisam se adequar ao cenário que se apresenta, ou seja, “é preciso desenvolver uma capacidade contínua de adaptação e mudança” (Robbins, 1999, p. 2).

Assim sendo, no que tange às organizações do Terceiro Setor, há uma série de restrições no que diz respeito aos investimentos e elas são atingidas direta e indiretamente pelas transformações de comportamento da economia, a qual possui uma dinâmica própria. Deste modo evidenciando-se a necessidade de inovar em âmbito social. Com isto, as mudanças que ocorrem no ambiente externo exigem das organizações a capacidade de resposta rápida e eficaz a estas transformações (Bressan, 2004).

Uma das possíveis soluções para a resolução dos problemas sociais enfrentados pela população brasileira de baixa renda ou em situação de vulnerabilidade social seria a aplicação de programas e/ou projetos de erradicação da miséria e da fome que levassem em consideração os conceitos e estratégias utilizadas pelas empresas do setor privado nas quais a inovação social já se faz presente.

Na visão de Warnock (2014), podemos compreender que a inovação e a tecnologia estão intrinsecamente ligadas e que ambas, conjugadas, podem ser uma das possíveis soluções para que se consiga vencer problemas como a exclusão social. O autor destaca, ainda, que somente a inovação tecnológica não é capaz de resolver os problemas sociais. Justamente por causa



disso, o conceito de inovação social surge como um instrumento de garantia da qualidade de vida, que conduz, conseqüentemente, à redução das desigualdades sociais.

Na área acadêmica, o estudo da inovação social está ganhando importância pelo fato de se tratar de atividades elaboradas para superar barreiras para o crescimento da economia global e melhorar a qualidade de vida das comunidades locais (Mulgan, Tucker & Sanders, 2007). Além disso, alguns analistas consideram a inovação social nada mais do que o mero sopro de palavra ou uma moda passageira, sendo demasiadamente imprecisa para poder ser aplicada utilmente à ciência acadêmica (Pol & Ville, 2009). Segundo Choi e Majumdar (2015) a falta de literatura acadêmica sobre inovação social é surpreendente, já que o estudo desta temática poderia fornecer valorizada intuição na evolução social, oferecendo ferramentas para minimizar as desigualdades sociais.

Choi e Majumdar (2015) partem de sete perspectivas, que são: a Sociológica, a Criativa, a do Empreendedorismo, a do Bem-Estar Econômico, a que visa à Prática, a da Psicologia Comunitária e a do Desenvolvimento Territorial. Estas perspectivas influenciam toda e qualquer ação pertinente ao que hoje chamamos de inovação social, que leva à criação de valor. Neste cenário, a atuação da Fundação Fé e Alegria no Brasil (FYA), organizada em seus 29 centros, espalhados em todo o território nacional, foi escolhida como objeto de pesquisa, e optou-se em estudar apenas a perspectiva do empreendedorismo.

Acerca das organizações do Terceiro Setor e de seu trabalho no campo do empreendedorismo social, bem como de seu crescente e importante papel na sociedade moderna, de modo particular em nosso país, convém destacar o que afirma Bernardino (2013) O empreendedorismo social traduz uma nova realidade, que conjuga, de um modo único, duas dimensões centrais: uma orientação empreendedora e uma vertente social. Se o empreendedorismo social representa algo distinto face à filantropia ou às tradicionais organizações sem fins lucrativos, deve-o à dimensão empreendedora (Nicholls & Cho, 2008). Por outro lado, é o conceito de 'social' que o distingue de outras formas organizacionais como as empresas privadas tradicionais. Deste modo, para se compreender a essência do empreendedorismo social, importa analisar a forma como o propósito social influencia o comportamento da organização e, em particular, influi na sua dimensão empreendedora.

Diante deste cenário este estudo buscou resposta ao seguinte questionamento: qual o grau de aplicabilidade da perspectiva do empreendedorismo com base em Choi e Majumdar (2015) no que tange às atividades desenvolvidas de uma organização do terceiro setor, a Fundação Fé e Alegria do Brasil (FYA) sob a ótica da inovação social? Para tanto, definiu-se como objetivo geral identificar a aplicabilidade da perspectiva do empreendedorismo com base em Choi e Majumdar (2015) no que tange às atividades desenvolvidas de uma organização do terceiro setor, a Fundação Fé e Alegria do Brasil sob a ótica da inovação social.

Espera-se que este trabalho promova a compreensão do uso da inovação social nas atividades desenvolvidas pela Fundação, possibilitando uma resposta eficaz aos crescentes desafios e ações sociais, projetando, ainda, a construção de soluções adequadas para as demandas que atualmente impactam nas comunidades onde estão inseridas as sedes do projeto. Pretende-se, ainda, com este trabalho, incentivar outras instituições que desenvolvem atividades semelhantes à FYA a pensarem em como podem utilizar a inovação social como uma ferramenta de



promoção da eficiência e eficácia nas suas diferentes áreas de atuação, agregando valor a elas, levando em consideração o aspecto socioambiental e cultural.

O artigo está estruturado em cinco seções, iniciando com esta introdução. A segunda seção apresenta o referencial teórico; a abordagem metodológica é apresentada na seção seguinte; as análises e discussão dos dados estão evidenciadas na seção quatro. Na quinta são feitas as considerações finais da pesquisa e por último, é disponibilizado o referencial bibliográfico.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico apresenta um breve histórico sobre inovação social seguida das sete perspectivas teóricas propostas por Choi e Majumdar (2015) com ênfase na perspectiva do empreendedorismo.

2.1 INOVAÇÃO SOCIAL

O termo inovação social, visando à satisfação das necessidades humanas, foi utilizado pela primeira vez por Taylor (1970), atribuindo à inovação social a ideia de novas maneiras de responder a uma necessidade, por exemplo, os problemas da pobreza, do desemprego e da criminalidade.

As organizações não governamentais poderão apresentar, se partirmos daquilo que preceitua Taylor (1970), um crescente desempenho de suas ações, tendo em vista que estimularam um grande setor da economia do bem-estar, cuja finalidade é gerar um impacto social positivo junto às comunidades das periferias urbanas.

A partir das pesquisas sobre inovação, foram surgindo outras dimensões sobre esse construto. André e Abreu (2006, p.124) entendem a inovação social como “uma resposta nova e socialmente reconhecida que visa e gera mudança social”. Mulgan et al. (2007, p. 11), se referem à ela como “atividades e serviços inovadores que são motivados pela meta de um encontro com a necessidade social e que se difundem predominantemente entre as organizações que têm como primeiro propósito o social”.

De fato, a inovação social é um campo que vem predominando nas pesquisas e estudos realizados pelas Ciências Sociais Aplicadas e várias proposições têm sido apresentadas para dirimir a dúvida acerca da sua função e definição. Dentre os tipos de inovação, a sistêmica (Drucker, 2003) chama a atenção por fixar o significado de mudança à inovação, fazendo referência à especificação econômica e social. Não é difícil entender a inovação econômica como consequência da mudança deliberada, consciente da forte influência de mercado, que perpassa as dimensões de inovação. Contudo, Drucker (2003) pontua que a inovação não se restringe à área econômica e que pode vir a incidir na inovação social, acabando por afetar a economia das comunidades sociais como um todo.

Na área das ciências administrativas, a inovação social refere-se às mudanças ocorridas nas relações dos indivíduos e do trabalho, sendo que o nível da mudança, num ambiente organizacional, levaria a impactos econômicos na sociedade, como pontuado por Maurer, Marquesan e Silva (2010). Entende-se, então, que o desenvolvimento social impacta diretamente no desenvolvimento econômico, seja de uma organização em particular, seja da sociedade como um todo.



Percebe-se que, para a maioria dos pesquisadores, a inovação social é definida pelo seu caráter inovador, por proporcionar positivos efeitos sociais, sendo resultante da cooperação entre as diversas partes interessadas. Considerando as diversas definições de inovação social, apresentadas pelos autores, foi elaborada uma síntese que apresenta resumidamente os principais conceitos, conforme se exhibe no Quadro 01.

AUTORES	CONCEITOS
Taylor (1970)	Formas aperfeiçoadas de ação, novas formas de fazer as coisas, novas invenções sociais.
Cloutier (2003)	Uma resposta nova, definida na ação e com efeito duradouro, para uma situação social considerada insatisfatória, que busca bem-estar dos indivíduos e/ou comunidades.
Stanford Social Innovation Review (2003)	O processo de inventar, garantir apoio e implantar novas soluções para problemas e necessidades sociais.
Moulaert et al. (2007)	Ferramenta para uma visão alternativa do desenvolvimento urbano, focada na satisfação de necessidades humanas (<i>empowerment</i>) através da inovação nas relações no seio da vizinhança e da governança comunitária.
Mulgan et al. (2007)	Novas ideias que funcionam na satisfação de objetivos sociais; atividades inovativas e serviços que são motivados pelo objetivo de satisfazer necessidades sociais.
Phills Jr. et al. (2008)	O propósito de buscar uma nova solução para um problema social que é mais efetiva, eficiente, sustentável ou justa do que as soluções existentes e para a qual o valor criado atinge principalmente a sociedade com o todo e não o indivíduo em particular.
Pol & Ville (2009)	Nova ideia que tem o potencial de melhorar a qualidade ou a quantidade da vida.
Murray et al. (2010)	Novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente satisfazem necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais. Em outras palavras, são inovações que, ao mesmo tempo, são boas para a sociedade e aumentam a capacidade da sociedade de agir.
Kania e Kramer (2011)	O desenvolvimento de novos modelos de negócios para o atendimento dos anseios da base da pirâmide, sendo realizado de uma maneira sustentável, demonstrando suas contribuições.
Nobre e Ribeiro (2013)	O trabalho conjunto e compartilhado entre a sociedade e as empresas pode proporcionar o desenvolvimento de novos mercados e negócios. A concepção, desenvolvimento e estratégias de negócios que contemplem questões de cunho social é uma forma de aperfeiçoar a organização para se manter em constante evolução.
Maurer e Silva (2014)	As inovações sociais são vistas como alternativas para resolver problemas sociais e ambientais enfrentados pela humanidade. No entanto, o termo abrange uma ampla gama de definições que podem incluir uma variedade de iniciativas. Com base em dimensões analíticas para o reconhecimento de inovações sociais.
Choi e Majumdar (2015)	Apresentam sete ramos da literatura que oferecem diferentes perspectivas sobre inovação social, sendo elas: a Sociológica, a da Pesquisa Criativa, a do Empreendedorismo, a da Economia do Bem-estar, a Visando à Prática, a da Psicologia Comunitária e a do Desenvolvimento Territorial.

Quadro 01 – Conceitos de inovação social.

O quadro acima mostra que a inovação social é um tema que tem sido alvo de estudos teóricos e da formulação de conceitos e teorias sobre o assunto deste a década de 1970. Os autores arrolados acima, em seus estudos, procuraram desenvolver teses que têm por objetivo apresentar a concepção acerca do que se entende por inovação, hodiernamente restrita ao que tem sido chamado de inovação social.



2.2 AS SETE PERSPECTIVAS DA INOVAÇÃO SOCIAL

Para composição do referencial teórico que embasa este estudo, utilizou-se algumas das concepções apresentadas pelos autores contemporâneos ao período em que foram coletados os dados, em especial, a que tem sido postulada por Choi e Majumdar (2015), sem, contudo, desconsiderar a evolução diacrônica da definição do termo, bem como, os diferentes estudos que têm sido feitos acerca de temas como inovação social, criação de valor, entre outros, em especial por teóricos da Administração.

Choi e Majumdar (2015) identificam os três principais usos do conceito de inovação social, a saber: a criação de valor social, a indução de mudança de valores sociais, e a proposição de um modelo para ser utilizado na análise das inovações sociais existentes. No campo do empreendedorismo social, procurou-se dar ênfase ao modelo que considera as características formais, as mudanças reais na prática e na estrutura social que induz, e o valor social que ele cria, tendo como base de objeto de estudo a atuação da institucional Fé e Alegria no Brasil.

A partir das considerações de Choi e Majumdar (2015), no Quadro 02 estão apresentadas as sete perspectivas sobre inovação social. Na sequência será dada maior ênfase para a perspectiva do empreendedorismo a qual será analisada neste trabalho.

PERSPECTIVA	CONCEITO
Sociológica	Práticas de transformação social e das estruturas. Mudanças abrangentes na comunidade e que podem ou não ser desejáveis. Evolução social, visando promover o impacto social e o bem-estar dos indivíduos.
Da Pesquisa Criativa	Inovações sociais como metas desejáveis para uma instituição. Podem gerar impactos sociais e/ou econômicos. Surgem de ações planejadas intencionalmente e concretizadas por empreendedores. Promovem a criação de valor e a mudança social.
Do Empreendedorismo	Gera movimento e produz mudança social. Vê as inovações sociais como planejadas e desenvolvidas, concretizadas pelos empreendedores. É uma ferramenta para desenvolvimento social e criação de valor.
Da Economia do Bem-Estar	Parte do princípio da qualidade de vida. Inclui alguns aspectos como: bem-estar material, oportunidades de educação, acesso à saúde, segurança, emprego, vida em comunidade, liberdade política e igualdade de gênero.
Visando à Prática	São as estratégias que buscam criar a inovação social, a partir da mudança de práticas sociais. Desenvolve a habilidade para encontrar problemas e, a partir deles, gerar novas práxis. Desenvolve novos modelos de inovação social.
Da Psicologia Comunitária	Trata-se das inovações sociais como mecanismos que causam uma mudança social positiva em comunidades. Fornece soluções para a resolução e diminuição das desigualdades.
Do Desenvolvimento Territorial	Relaciona-se a uma posição ética de justiça e valores sociais. Possui intencionalidades planejadas e implementadas para resolver problemas de exclusão social.

Quadro 02 – Conceitualização das sete perspectivas da inovação social de Choi e Majumdar (2015).

2.2.1 Perspectiva do Empreendedorismo

Para Choi e Majumdar (2015) a conceitualização de inovação social é estritamente similar à do empreendedorismo social, que foi construída a partir da teoria de Joseph Schumpeter, o qual define empreendedores como inovadores, que veem o empreendimento e a inovação social como conceitos estreitamente relacionados.



A literatura contida em diferentes fontes refere-se à inovação social como uma positiva mudança que gera impacto num determinado contexto. Esta é uma das características que permeia todo o processo complexo de dar origem a uma mudança social, dentro de um problema específico. Para Dees (1998) os empreendedores sociais são agentes de mudança na sociedade.

Um exame mais acurado do modelo de Schumpeter e suas implicações para empreendedorismo social foi conduzido por Swedberg (2009) que explica que o mesmo Schumpeter sugeriu em sua obra anterior (1911) que se poderia aplicar também sua teoria de empreendimento a atividades não econômicas. Relacionando as obras de Schumpeter e Swedberg, é formulado o modelo completo de empreendedorismo social que é aplicável também a áreas não econômicas, tais como a social, a política e a da arte.

Swedberg (2009) destaca cinco elementos chave do empreendedorismo social: motivação, inovação, resistência, proveito como o elo que leva à mudança de macronível. Neste contexto, as inovações sociais levam à criatividade e contribuem para a evolução da sociedade, de forma a gerar o bem-estar dos indivíduos. Acrescenta, ainda, o autor, a hipótese de que inovação social é a realização de novas combinações de capacidades e afirma que os empreendedores sociais agem como agentes de mudança social ao concretizarem as novas combinações e oportunidades. Na visão sociológica, a perspectiva do empreendedorismo para inovação define este termo como aquilo que gera movimento e produz mudança social, estabelecendo a evolução social.

As formulações, de Swedberg (2009), bem como as que foram propostas por Ziegler (2010), têm o ponto de referência nas noções de evolução social. Entretanto, em contraste à concepção sociológica, pode-se afirmar que a perspectiva do empreendedorismo vê inovações sociais como planejadas e desenvolvidas, concretizadas pelos empreendedores.

Swedberg (2009) afirma que a meta da inovação social desenvolvida pelos empreendedores tem uma grande influência no seu modo de proceder no desenvolvimento social e criação de valor, tendo como resultado último a geração de inovações de caráter social. Por outro lado, Ziegler (2010), enfatiza o objetivo da inovação social como meta do bem-estar muito explícito, ao passo que a visão sociológica e a pesquisa da perspectiva criativa veem inovações sociais como desejáveis, ou, em outras palavras, imbuídas de intencionalidade. Outra diferença é que Ziegler (2010), na base da abordagem da capacidade como um esquema valorativo, faz da meta da inovação social a focalização do bem-estar de modo evidente nas suas ações.

Contudo, em contraste com a visão sociológica, pode-se avaliar que a Perspectiva do Empreendedorismo proposta por Choi e Majumdar (2015), considera inovações sociais como planejadas intencionalmente e concretizadas por empreendedores, o que torna este modelo diferente de todos os demais anteriormente propostos.

3. METODOLOGIA

Dentre as diversas metodologias utilizadas para classificar uma pesquisa, de acordo com Yin (2005), este trabalho pode ser categorizado como um estudo de caso único no que se refere aos procedimentos técnicos a serem utilizados. Quanto aos seus objetivos, há o caráter exploratório e descritivo, com abordagem quantitativa, partindo do objetivo pré-definido, que foi analisar o desenvolvimento dos projetos executados, a partir do modelo de Choi e Majumdar, com foco



na inovação social, no âmbito restrito da FYA no Brasil, seguindo a linha de pesquisa de Choi e Majumdar (2015).

Esta pesquisa foi classificada como descritiva porque “expõe características de determinadas populações ou de determinados fenômenos, estabelecendo correlação entre variáveis e definindo sua natureza” (Vergara, 2010, p. 47). É também exploratória porque, segundo Creswell (2010), tem como objetivo explorar ou buscar entendimentos e melhor compreensão acerca de um problema ou uma situação, ou seja, as percepções dos gestores sobre o desenvolvimento das ações da FYA a partir das perspectivas da inovação social da Fundação.

O material para o estudo foi obtido através de um questionário de autopreenchimento aplicados pessoalmente em um evento realizado de 01 a 05 de outubro de 2017 no Escritório Nacional da FYA, localizado em São Paulo/SP. O escritório nacional da Fundação Fé e Alegria do Brasil realiza anualmente um encontro de planejamento e avaliação de suas atividades, desenvolvidas no ano calendário anterior, no qual reúne seus gestores de todo o país. Neste evento, há a participação de gestores locais e regionais, bem como, da equipe do Escritório Nacional. No evento estiveram presentes 50 gestores, dos quais 48 responderam a pesquisa. Todos os respondentes atuam na respectiva Fundação como funcionários celetistas contratados que desenvolvem suas atividades em diferentes áreas, seja na estrutura funcional linear (Centros Locais do FYA), ou na estrutura *staff*, (Escritório Nacional).

O instrumento de coleta de dados esteve composto por dois blocos. O primeiro referente aos dados sociodemográficos dos respondentes e o segundo, partido do objetivo definido que foi analisar o desenvolvimento dos projetos executados a partir do modelo de Choi e Majumbar (2015) com foco na inovação social, especificamente na perspectiva do empreendedorismo, utilizou-se uma escala Likert de 7 pontos, na qual o 1 “não atende” e o 7 “atende plenamente”.

Os dados coletados foram organizados em uma planilha eletrônica Excel® para efetuar o pré-processamento segundo recomendações de Hair Jr. et al. (2009). Na sequência efetuou-se o pré-tratamento com a finalidade de verificar os dados faltantes. Identificaram-se 18 células com dados ausentes, os quais representam menos que 0,5% do total, muito menor que o máximo admitido de 10% (Hair Jr. et al., 2009) portanto, foram substituídos pela mediana. Por fim, os dados foram importados para o software Statistica® para efetuar as análises estatísticas. Para tratamento das informações foi utilizada a Análise de Variância (ANOVA).

4. RESULTADOS E ANÁLISES

Esta seção apresenta os resultados e as respectivas análises dos dados coletados. Segundo Vergara (2010), a regra básica da apresentação dos resultados de uma pesquisa é mostrar todas as provas significativas encontradas para a pergunta proposta do estudo.

4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA FUNDAÇÃO FÉ E ALEGRIA

A Fundação Fé e Alegria nasceu apartir de um encontro idealizado pelo jesuíta Padre José María Vélaz SJ, acompanhado de estudantes da Universidade Católica Andrés Bello, diante de moradores de um bairro sem escolas, em Caracas, na Venezuela. Nesse encontro, Padre Vélaz conheceu Abraham Reyes, pedreiro que morava com sua esposa e oito filhos no mesmo bairro e que oferecera sua própria casa para ser a primeira escola local. Em 5 de março de 1955, havia



100 crianças sentadas no chão e 70 meninas no andar superior, sem carteiras nem quadro-negro, que encontravam-se, pela primeira vez, em um ambiente escolar.

Esse evento-origem tornou-se um marco da identidade da FYA, e, desde então, a integração dos saberes formais e não formais passou a ter importância fundamental no movimento. Era o caminho para dar oportunidades aos mais pobres e garantir seus direitos, de explicitar e alimentar a prática educativa como ferramenta de transformação social na perspectiva da defesa dos direitos conquistados e da criação de novos direitos.

A resposta à proposta de Educação Popular Integral foi rápida. Em menos de dez anos, o movimento chegou a atender 10.000 crianças e jovens na Venezuela. Em 1964, tornou-se compromisso da Companhia de Jesus (Padres Jesuítas), sendo levada, a partir de então, a outros países da América Latina, tendo similar resposta à Venezuela. Ao assumir o compromisso, a Companhia de Jesus no Brasil, em 1981, iniciou a atuação nacional do movimento com a Educação Infantil, em uma pequena creche em Mauá, região metropolitana de São Paulo.

No decorrer desses 37 anos, a Fundação ampliou seus horizontes geográficos e educacionais. De acordo com o Relatório Anual de Atividades da FYA Brasil, publicado em 2015, atualmente mais de 13 mil pessoas, entre crianças, jovens e adultos, em 19 cidades de 14 estados, são beneficiadas pelas ações de Educação e Promoção Social. Nas demais regiões do mundo, são beneficiadas 1,5 milhões de pessoas, em 21 países da América Latina, Europa e África, contando com cerca de 4.000 centros educativos e sociais, em 3.000 pontos geográficos.

Para a FYA, a educação está embasada na Educação Popular (Paulo Freire) e na Pedagogia Inaciana (característica do modelo educativo da Companhia de Jesus), com a prática educativa, formal e não formal, dentro e fora das salas de aula, em ações permanentes ou pontuais, estruturando-se em quatro pilares: o ético, o epistemológico, o pedagógico e o político.

O pilar ético, que está no âmbito dos valores, do que é justo e desejável, concentra-se na dignidade das pessoas empobrecidas, no desenvolvimento da sua felicidade, de seu "viver bem" e na sua capacidade de criar um mundo cada vez mais humano. Já o pilar epistemológico define, por sua vez, o âmbito da produção do conhecimento e de seu sentido para umas práxis transformadora e libertadora, que promova a emancipação social e o protagonismo dos indivíduos que dela fazem parte.

O pilar pedagógico está centrado no método dialogal e participativo e explicita seu conteúdo democrático, participativo e transformador. A pedagogia do diálogo e da participação é também a da autonomia, da indignação, da esperança, da libertação, como propunha Paulo Freire ao pensar na Educação Popular, sendo hoje considerado, não somente em termos de Brasil, mas também internacionalmente, como um dos maiores teóricos da educação contemporânea e tendo suas ideias estudadas e difundidas pelas maiores universidades do mundo.

Por último, o pilar político explicita o âmbito da ação na esfera pública e das relações de poder, como consequência de uma pedagogia libertadora e transformadora. Torna-se, então, uma pedagogia para a ação, em que a prática educativa propõe a modificação do mundo em que as classes populares existem, inserem-se e são capazes de transformar, por meio da reflexão e da ação dos atores do processo, seja de forma individual ou coletiva.



4.2 CARACTERIZAÇÃO OS RESPONDENTES

Com relação às informações relativas à característica demográfica da população em estudo, podem-se obter alguns dados referentes ao sexo, formação, função, formação, tempo no qual exerce o cargo e região de atuação. No Quadro 03 estão evidenciados os resultados.

VARIÁVEL	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
Sexo		
Feminino	38	79,20%
Masculino	10	20,80%
Formação		
Graduação	35	72,90%
Pós-Graduação	13	27,10%
Função		
Diretor Geral	09	18,80%
Coordenador de Centro	14	29,20%
Educador	04	8,30%
Assessor pedagógico	08	16,70%
Assistente social	09	18,80%
Coordenador de projeto	04	8,30%
Tempo de atuação		
Até 1 ano	07	14,60%
1 a 3 anos	13	27,10%
3 a 5 anos	06	12,50%
Mais de 5 anos	22	45,80%
Regiões		
Sul	06	12,50%
Centro Oeste	04	8,30%
Norte	02	4,20%
Nordeste	14	29,20%
Sudeste	13	27,10%
Sede Nacional	09	18,80%

Quadro 03 - Caracterização demográfica

Ao analisar o quadro acima, no que diz respeito, ao sexo dos entrevistados, é possível verificar que a maioria dos respondentes é do sexo feminino (trinta e oito respondentes de um total de quarenta e oito entrevistados). Este dado é relevante se considerarmos que a maioria dos participantes da pesquisa atua nos Centros Locais ou Regionais, nos quais há predominância de mão de obra feminina. Os demais respondentes (dez pessoas, no total), trabalham, em sua grande maioria, no Escritório Nacional da FYA, onde há predominância de funcionários do sexo masculino.

Ao analisar as informações referentes à formação dos respondentes, os dados da pesquisa revelaram que a grande maioria dos entrevistados possui pós-graduação completa e uma parcela menor possui apenas graduação. Isto evidencia que o corpo técnico é altamente qualificado, fator este que tem reflexo na forma como são prestados os serviços oferecidos pela Fundação.

As informações referentes às funções, predomina os que atuam nas funções relativas à gestão administrativa da FYA (Diretor Geral e Coordenador de Centro), seguidas das funções pedagógicas (Assessor Pedagógico, Coordenador de Projeto e Educador) e daquelas que são relacionadas às atividades de Assistência Social prestadas pela Fundação (Assistente Social).



Como se pode verificar, a maior quantidade de funcionários que participaram da pesquisa atua nas áreas fins da fundação.

No aspecto referente ao tempo de atuação na instituição, percebe-se que há um incentivo para que os funcionários permaneçam um longo tempo em suas funções e/ou atuando na Fundação em funções diferentes, uma vez que a maioria dos entrevistados possui mais de cinco anos de trabalhos prestados à Fundação Fé e Alegria – Brasil, sendo, ainda, bastante significativa a quantidade de respondentes que possuem entre 1 e 3 anos de atuação. Assim sendo, o tempo de vínculo empregatício um pouco maior gera a identificação dos colaboradores com a Fundação, o que acaba tendo reflexos diretos na sua compreensão acerca da missão, visão e valores assumidos pela FYA o que acaba por se refletir nos serviços prestados, atribuindo-lhes qualidade e promovendo a criação de valor ao trabalho realizado.

Por último, no que tange às regiões representadas pelos respondentes da pesquisa, revelou-se bastante significativa a presença de funcionários das regiões Nordeste e Sudeste do país no Encontro Nacional da Fundação Fé e Alegria do Brasil, o que acaba por ficar evidenciado que as respostas refletem as atividades realizadas nestes locais e as características sócio-históricoculturais do público-alvo atendido pela Fundação nestas regiões.

4.3 PERSPECTIVA DO EMPREENDEDORISMO

Retomando o conceito da Perspectiva do Empreendedorismo, ela pode ser definida como algo que gera movimento e produz mudança social e que tem como fim último, a evolução social. Nesta perspectiva, se vê as inovações sociais como planejadas e desenvolvidas, concretizadas pelos empreendedores e como uma ferramenta para desenvolvimento social e criação de valor, tendo como finalidade a geração de inovações de caráter social.

Salienta-se também que os centros locais e regionais da Fundação estão situados, intencionalmente, nas periferias das cidades nas quais estão estabelecidos, justamente em razão de ser nestes lugares, onde se podem perceber mais claramente as desigualdades sociais e a carência de acesso a recursos básicos que assegurem a dignidade do cidadão, conforme preceituado pela CF, o que abre lacunas para realização de atividades de promoção humana e social, em razão da inexistência de condições dos entes públicos para atendimento destas necessidades.

Neste cenário, a contribuição predominante da Fundação é de colaborar para a geração de uma nova onda de movimento e mudança social, seja por meio dos projetos que desenvolve de forma direta, seja por meio das ações articuladas em parceria com outras instituições (governamentais e não governamentais).

A participação em Conselhos Municipais e Estaduais é uma das ferramentas importantes para proposição de ações de superação de desigualdades, bem como, para coleta de informações para realização de novos projetos gestados pela instituição, em envolvimento com as comunidades atendidas. Esta ação contempla a preocupação de agir em instâncias públicas que possam propor modificações da organização e vida das sociedades.

Pode-se citar como exemplo do compromisso da FYA com relação aos propósitos da Perspectiva do Empreendedorismo, o trabalho realizado pelo Centro Regional de Palhoça/SC, localizado no bairro da Barra do Aririú. Antes de sua instalação neste local, foi realizada uma



pesquisa para verificar onde seriam as localidades com maior índice de vulnerabilidade social (nas quais ocorria circulação de pessoas em direção, de modo particular, à capital do estado, a cidade de Florianópolis), gerando um cinturão de pobreza e um agravamento de mazelas sociais, com vistas a, por meio da implantação de um centro, construir neste local um espaço que pudesse atender a esta comunidade e servir como uma ferramenta de superação deste problema social.

A localidade escolhida recebeu a implantação de uma unidade da Fundação, por ser um espaço geográfico para o qual migraram, nos últimos anos, muitas famílias e onde as ações de instituições públicas eram pouco insipientes e na qual a população possuía as mais diferentes carências sociais.

A partir da implantação da unidade da FYA neste lugar, passaram a ser realizadas ações de atendimento e reforço escolar – Educação Infantil, programas de formação de mão de obra (que atingem jovens e adultos), criação de espaços físicos utilizados pela comunidade local e por diferentes instituições que trabalham de forma afim aos objetivos da Fundação, o que contribuiu decisivamente para que os problemas começassem a ser superados não somente naquele bairro, mas também nos seus arredores.

Retomando o contexto nacional, no que diz respeito à pesquisa realizada, os respondentes do questionário, independente da função desenvolvida e do tempo de atuação na Fundação, enfatizaram sua preocupação com o desenvolvimento e proposição de ações que visem à geração de emprego e renda e a transformação da economia local, com a mudança de perfil do público atendido pelas diferentes atividades realizadas nos centros locais e regionais.

Desta forma, ações como capacitação de mão de obra, empreendedorismo comunitário, programas de geração de emprego e renda, incentivo a uma melhor gestão e sustentabilidade financeira, conscientização a respeito dos direitos humanos e comunitários, entre outras estão sendo desenvolvidas nas unidades espalhadas pelo Brasil, como uma forma de contribuir para que sejam aliados o desenvolvimento social e a criação de valor, tendo como fim último a pretendida geração de inovações de caráter social.

Os Gráficos 01 e 02 apresentam os resultados desta perspectiva.

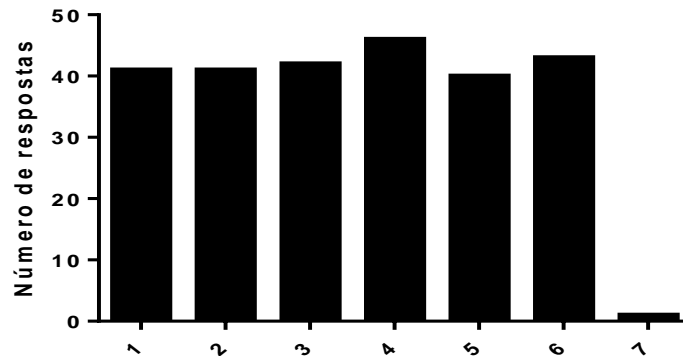


Gráfico 01 - Respostas dos gestores locais e regionais quanto às ações empreendedoras que têm sido desenvolvidas no território abrangido por seu centro com maior frequência para geração de inovações de caráter social.

Nota: 1= Capacitação por meio de formações técnicas em diferentes áreas. 2= Realização de ações de empreendedorismo comunitário. 3= Desenvolvimento de projetos de geração de emprego e renda e empoderamento comunitário. 4= Conscientização da sociedade local em relação aos direitos humanos e à transformação comunitária. 5= Promoção de cursos de qualificação profissional para jovens e adultos. 6= Promoção de uma melhor gestão e sustentabilidade financeira, social e institucional. 7= Outros.

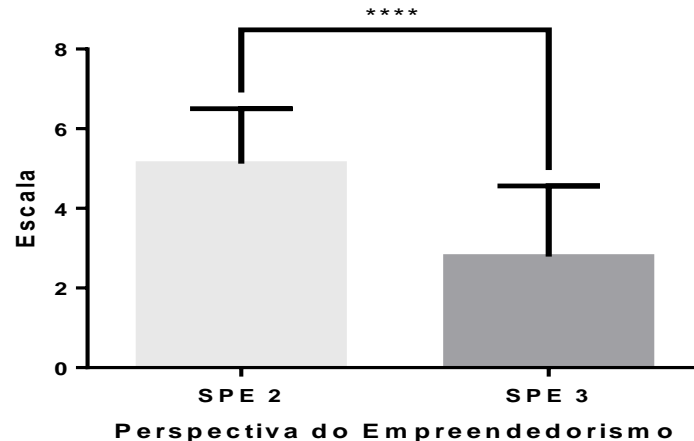


Gráfico 02 - Média das respostas das perguntas relativas à Perspectiva do Empreendedorismo (SPE) relacionadas às atividades desenvolvidas pela Fundação Fé e Alegria do Brasil.

Nota: Anova de uma via seguida de *post hoc* de Tukey. **** $p < 0,0001$.

Analisando as informações coletadas por meio do instrumento de coleta de dados, foi possível perceber que há quase uma equiparidade entre as respostas dos entrevistados, levando-se em conta a promoção de ações empreendedoras realizadas nos centros. A maioria dos entrevistados apontou sua preocupação em fazer com que a unidade sob sua responsabilidade seja uma instância de fomento à conscientização da comunidade na qual está inserida com relação aos direitos humanos e à transformação comunitária.

Quase que em mesmo grau de importância aparecem outras questões julgadas como prioritárias nas ações desenvolvidas, tais como, preocupação com uma melhor gestão e sustentabilidade financeira/social/institucional dos centros locais e regionais, capacitação dos atendidos por



meio de formações técnicas em diferentes áreas, ações de empreendedorismo comunitário e desenvolvimento de projetos para geração de emprego e renda.

Outro aspecto importante é que, por meio da participação dos representantes das unidades locais e regionais da Fundação nos Conselhos de Políticas Públicas (Saúde, Educação, Assistência Social, entre outros), em diferentes esferas (municipal, estadual e nacional), outras instituições que conhecem o trabalho desenvolvido pela Fé e Alegria têm utilizadas as suas ações, como inspiração para que também possam atuar nesta pretensa geração de valor e inovações de caráter social, o que reforça o papel institucional desenvolvido pela FYA.

Durante a análise dos dados, chama a atenção o fato das respostas obtidas nos itens da pesquisa revelar, com relação à visão dos gestores, que há predominância da preocupação com levar a cabo projetos socioeducativos desenvolvidos nos centros que tenham um real impacto na vida das pessoas atendidas.

Esta informação demonstra que os projetos e programas desenvolvidos pela FYA se sobrepõem, em grau de importância, à preocupação com ações que gerem emprego e renda e transformação da economia local. Assim sendo, é possível afirmar que a preocupação maior está, em um primeiro momento, no atendimento das necessidades básicas do público-alvo, para depois desenvolver ações que visem à geração de emprego e renda.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo identificar a aplicabilidade da perspectiva do empreendedorismo com base em Choi e Majumdar (2015) no que tange às atividades desenvolvidas de uma organização do terceiro setor, a Fundação Fé e Alegria do Brasil sob a ótica da inovação social.

Os resultados da pesquisa evidenciaram que as ações desenvolvidas pela Fundação estudada propiciam o desenvolvimento da perspectiva do empreendedorismo, pois todos os itens analisados alcançaram um alto índice de respostas. Entre as ações analisadas, destacaram-se as conscientização da sociedade local em relação aos direitos humanos e à transformação comunitária e a promoção de uma melhor gestão e sustentabilidade financeira, social e institucional.

O estudo permitiu verificar que a Fundação Fé e Alegria do Brasil tem sim colaborado para criação de valor social nas comunidades nas quais está inserida, destacando-se a sua atuação com vistas a promover o caráter emancipatório das pessoas por ela atendidas, e não somente ações de cunho assistencialista, que não promovem reais impactos sobre a vida das comunidades locais ou regionais beneficiadas por suas atividades.

Estas instituições acabam por absorver conceitos, construtos teóricos e modelos que, de forma subjacente, contribuem, em última análise, para que estas instituições não fiquem à margem das novas técnicas administrativas utilizadas pelas organizações que possuem fins comerciais e sejam capazes de promover a geração de valor, por meio, entre outros instrumentos, da Inovação Social.

Com relação às limitações da pesquisa, em relação ao seu *corpus*, percebeu-se que uma limitação surgida para realização desta pesquisa repousou sobre o fato de que era necessário selecionar um *corpus* de pesquisa que possibilitasse a obtenção de uma amostra significativa de



dados para análise. Embora havendo, em todo o território brasileiro, aproximadamente setenta gestores da fundação, no encontro no qual foi aplicado o instrumento de coleta de dados.

O tema abordado nesta pesquisa não se esgota no estudo e análise que realizamos. Pode ser ampliado e revisado, com o objetivo de verificar a aplicabilidade das perspectivas de Choi e Majumdar (2015) às atividades realizadas em termos internacionais pela Federação Internacional Fé e Alegria.

REFERÊNCIAS

- André, I. & Abreu, A. (2006). Dimensões e espaços da inovação social. *Finisterra*, 51, 81, pp. 121-141.
- Bressan, C. L. (2004). Mudança organizacional. In: I Seminário de Gestão de Negócios, 1. Curitiba. *Anais...* Curitiba: FAE.
- Choi, N. & Majumdar, S. (2015). Social innovation: towards a conceptualisation. In: Majumdar, S., Guha, S. & Marakkath, N. (Eds.). *Technology and innovation for social change*. Springer India, p. 7-34.
- Cloutier, J. (2003). *Qu'est-ce-que l'innovation sociale?* Crises: ET0314, www.crisis.uqam.ca.
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto*. 3ª. ed. Porto Alegre: Artmed.
- Dess, J. G. (1998). *The meaning of "Social Entrepreneurship"* (http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdd).
- Drucker, P. F. (2003). *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios*. São Paulo: Pioneira Thomson.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman.
- Maurer, A. M., Marquesan, F. F. S. & Silva, T. N. (2010). As relações entre as inovações sociais e o desenvolvimento sustentável: o caso da Univens. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34 *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD.
- Maurer, A. M. & Silva, T. N. (2014). Dimensões analíticas para identificação de inovações sociais: evidências de empreendimentos coletivos. *BBR – Brazilian Business Review*, 11, 6, pp. 127-150.
- Moulaert, F. (Ed.). (2013). *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Mulgan, G. (2007). Social innovation: What it is matters and how it can be accelerated. *Working paper, Skoll Centre for Social Entrepreneurship*.
- Mulgan, G., Simon, S. & Pulford, L. (2011). Study on Social Innovation for the Bureau of European Policy Advisors. *Young Foundation*.
- Murray, R., Caulier-Grice, J. & Mulgan, G. (2010). The Open Book of Social Innovation. *NESTA/The Young Foundation*, (www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the_open_book_of_social_innovation).
- Nicholls, A. & Cho, A. H. (2006). Social entrepreneurship: the structuration of a field". In: Nicholls, A. (Ed.), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Change*, Oxford University Press, pp. 99-118.



- Nobre, F. S. & Ribeiro, R. E. M. (2013). Cognição e sustentabilidade: estudo de caso múltiplos no índice de sustentabilidade empresarial da BM&FBovespa. *RAC*, 17, 4, pp. 499-517.
- Oliveira, M. (2015). Desigualdade social: uma trajetória de insistência no Brasil. In: Jornada Internacional de Políticas. 7. Maranhão. *Anais...* Maranhão: UFMA.
- Phills Jr., J. A., Deigmeier, K. & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, pp. 35-42.
- Pol, O. & Ville, S. (2009). Social innovation: buzz word or enduring term? *The Journal of Socio-Economics*, 38, 6, pp. 878-885.
- Robbins, S. P. (1999). *Mudança organizacional e administração do estresse*. Comportamento organizacional. Rio de Janeiro: LTC, pp. 394-423.
- Swedberg, R. (2009). Schumpeter's full model of entrepreneurship: economic, non-economic and social entrepreneurship. In: Ziegler, R. (Ed). *An introduction to social entrepreneurship: voices, preconditions, contexts*. Edward Elgar, Cheltenham, pp. 77-106.
- Taylor, J. (1970), Introducing social innovation. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 6, 6, pp. 69-77.
- Vergara, S. C. (2010). *Métodos de pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas.
- Warnock, R. (2014). *Harnessing the power of social innovation to drive the Northern Ireland economy – Final draft*. Department of Enterprise, Trade and Investment – DETI.
- Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman.
- Ziegler, R. (2010). Innovation in doing and being: capability innovations at the intersection of Schumpeterian political economy and human development. *The Journal of Social Entrepreneurship*, pp. 255-272.