

EMPREENDEDORISMO SOCIAL: A IMPORTÂNCIA DA UNIDADE DE APOIO A PORTADORES DE CÂNCER EM CATOLÉ DO ROCHA NA VISÃO DOS USUÁRIOS

Jorge Bandeira da Silva
Graduando em Administração - UEPB
Emmanuela Suzy Medeiros
Professora orientadora - UEPB
Erika Campos Marinho de Góes Pires
Professora co-orientadora - UPE

RESUMO

Desde algum tempo ouve-se falar em empreendedorismo, enquanto, empreendedorismo social é algo novo no cenário atual, por essa razão a necessidade de expandir estudos sobre o assunto. O objetivo desse artigo é traçar o perfil dos empreendedores sociais, mostrar o surgimento e evolução do empreendedorismo ao longo dos anos, apontar as características do empreendedor social, além de verificar a importância da Unidade de Apoio a Portadores de Câncer na visão dos usuários. Na produção do trabalho, foram-se utilizadas teorias sobre empreendedorismo, no percurso metodológico da pesquisa a ferramenta utilizada foi a aplicação de questionário estruturada com questões objetivas e outra com espaço para opiniões. Fazendo relação com as teorias de empreendedorismo e os resultados obtidos, observa-se que a criação da UAPC foi de extrema utilidade, pois esse empreendimento social é o responsável pela mudança da qualidade de vida dos portadores de câncer.

Palavras chave: Empreendedorismo, empreendedorismo social e Unidade de Apoio a Portadores de Câncer.

ABSTRACT

For some, time is it heard talk about entrepreneurship, while, entrepreneurship social is something new in the current scenario, for this reason the necessity to expand studies on the subject. The object of this article is to trace the profile of entrepreneurs social, show the emergence and evolution of entrepreneurship over the years, pointing out the characteristic of social entrepreneurship, beyond to check the importance of the unit of support to carries of cancer in the view of users. In the work production, was it used theories about entrepreneurship, the course of the research methodological tool used was the application of structured questionnaire with objective questions and other with room for opinions. Making

relationship with theories of entrepreneurship and the results obtained, it is observed that the creation of UAPC was extremely useful, because this enterprise social is responsible for the changing quality of cancer patient's life.

Key words: *Entrepreneurship, entrepreneurship social and support to carries of cancer.*

1. INTRODUÇÃO

Empreendedorismo encontra-se em foco desde muito tempo, atualmente as pessoas vêm aumentando o desejo de ser dono do seu próprio negócio, as empresas cada dia vive numa intensa corrida pelos maiores lucros possível, reduzindo custos, explorando a mão de obra qualificada em busca dos melhores resultados.

Enquanto, o empreendedorismo social emerge face aos problemas sociais que vem crescendo em largos passos, os empreendedores sociais se diferenciam por utilizar suas habilidades na realização de projetos que venham impactar tais problemas existentes dentro dessa sociedade capitalista. Eles buscam recursos financeiros, movimentam pessoas, chamam a atenção do poder público com o objetivo de sancionar o sofrimento de um grupo de indivíduos.

Os autores da ciência relatam que os empreendedores sociais são semelhantes aos empreendedores de negócio, em que divergem são os valores, ou seja, o seu trabalho é destinado ao desenvolvimento social.

O presente artigo traz um delineamento desde o surgimento do empreendedorismo, o processo evolutivo, as características do empreendedor, além de traçar o perfil do empreendedor social, com o objetivo evidenciar a importância da instituição social, já que há poucos estudos científicos sobre a temática. Apesar de não gerar lucros o empreendimento sem fins lucrativos geram muitos ganhos no desenvolvimento humano, na melhoria de vida dos cidadãos. Realizou-se uma pesquisa na Unidade de Apoio a Portadores de Câncer em Catolé do Rocha – PB, através da aplicação de questionário e também da observação.

Diante disso, o objetivo geral da pesquisa é demonstrar a importância da Unidade de Apoio aos Portadores de Câncer na visão dos usuários. Partindo do objetivo geral, podem-se traçar os objetivos específicos que são eles:

- Traçar o perfil dos empreendedores sociais;
- Identificar as ações sociais existentes na Unidade de Apoio a Portadores de Câncer;
- Mensurar o nível de importância na visão usuários dos UAPC.

2. HISTÓRICO DO SURGIMENTO DO EMPREENDEDORISMO

É indispensável abordar sobre o surgimento e desenvolvimento do empreendedorismo, bem como acompanhar todo o processo evolutivo do tema em questão.

Hisrich (1986) *apud* Dornelas (2005) faz uma análise histórica do surgimento do empreendedorismo:

- **Primeiro uso do termo empreendedorismo**

Ao definir empreendedorismo pode-se usar o exemplo de Marco Polo, por ter estabelecido uma rota comercial para o Ocidente. Marco Polo assinou contrato com o homem capitalista, onde ele vendia as mercadorias, assumindo todos os riscos como um bom empreendedor.

- **Idade Média**

Empreendedor na Idade Média não era alguém que criava algo novo, apenas quem gerenciava na produção de empresas já existentes, não assumia grandes riscos, pois utilizavam os recursos existentes, geralmente originário do governo.

- **Século XVII**

Empreendedorismo ocorreu através da relação de acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou produto. O valor dos serviços já era prefixado, qualquer lucro ou prejuízo era exclusivo do empreendedor, ou seja, se alguma coisa desse errado na produção era inteira responsabilidade do prestador de serviço.

- **Século XVIII**

Graças ao processo de industrialização que ocorria no mundo, passou a diferenciar o capitalista do empreendedor. Um exemplo foi o caso das pesquisas referentes à eletricidade e química, de Thomas Edison, que só foram possíveis com o auxílio de investidores que financiaram os experimentos.

- **Séculos XIX e XX**

Nesse período, houve uma grande confusão no que diz respeito às diferenças entre os empreendedores e administradores, levando em consideração o ponto de vista econômico, como gerenciam a empresa, remuneram empregados, planejam dirigem e controlam as ações na organização, mas sempre a serviço do capitalismo.

Diante do exposto, corrobora que o empreendedorismo não é algo novo, desde Idade Média já existiam práticas gerenciais dentro das organizações, em que é notável a evolução e formas como que eles enxergavam o empreendedorismo. No decorrer dos séculos empreendedor foi confundido com administrador, o que ainda acontece até os dias atuais.

2.1 Conceito de Empreendedorismo

Abordam-se aqui alguns elementos que caracterizam o empreendedorismo na sua atual configuração, fazendo-se necessário aludir aos estudos científicos sobre o tema em questão, ademais, descrever o comportamento do empreendedor.

Gimenez, Ferreira, e, RAMOS (2010), o termo empreendedorismo surgiu na França no século XII vem de *entrepreneur* que quer dizer aquele que assume riscos e cria algo novo.

“Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidade. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucessos” (Dornelas, 2005, p. 39).

Para (Angelo, 2003; Marcos Diniz, 2010 *apud* Chiavenato, 2008), empreendedorismo é um conjunto de ideias e criações de pessoas trabalhando juntas capazes de transformar um sonho em oportunidade.

Como vistos, os autores utilizam vários adjetivos para descrever o termo empreendedorismo, as opiniões se complementam, de modo a ter consonância no que tange a abertura das organizações, ao transformar uma ideia em algo concreto, levando criação de um negócio lucrativo ou não.

Os empreendedores são os autores do empreendedorismo, que inovam o mercado com produtos e serviços atendendo as necessidades e desejos dos consumidores, movimentam o crescimento da economia do país, geram oportunidades de emprego, possuem a sensibilidade de acompanhar as mudanças e as diferentes transformações do mercado.

De acordo com Chiavenato (2008), empreendedor não é apenas um idealizador ou criador de um negócio, ele é alguém que busca oportunidades, a idealiza, é persistente, exigente pela qualidade, comprometido, a alavanca de recursos.

David (2004) definiu o empreendedor como um proprietário capitalista, um fornecedor de capital e, ao mesmo tempo, um administrador que se interpõe entre o trabalhador e o consumidor.

Porém o empreendedor é indivíduo com características diferenciadas, que tem visão, enxerga oportunidades de negócio, faz o que ninguém fez, nem arriscou, vê possibilidade onde outros não haviam visto antes, um homem que através das necessidades alheias tem a ideia e materializa um grande empreendimento.

Empreendedor é pessoa que tem a iniciativa de criar ou dirigir um negócio sem ser forçado pelas circunstâncias, ou seja, corre atrás daquilo que realmente acredita, sabendo dos possíveis riscos, mas com seu espírito inovador os assumem com grande responsabilidade.

“O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (SCHUMPETER, 1942, 1949 *apud* DAVID, 2004).

Assim sendo, o empreendedor é indispensável no mundo dos negócios, uma vez que na era da globalização o mundo encontra-se em constantes mutações especialmente econômicas, avanços tecnológicos, a rapidez na informação, os consumidores cada vez mais exigentes. Diante do exposto, somente esse profissional inovador é capaz de manter o crescimento econômico das organizações, mantendo-a competitiva, gerando maiores lucros.

De acordo com Dornelas (2005) empreendedor é aquele que tem o dom de fazer acontecer, que tem a visão do futuro, planeja tudo antecipadamente, que lança novos produtos e serviços, determina quais serão os recursos utilizados, quem decidirá quais estratégias serão usadas, é quem dão novas formas a organização.

2.2 Administrador versus Empreendedor

Devido às mutações sofridas pelas organizações mudou-se também a forma de nomear pessoas que destas fazem parte. É muito comum as pessoas confundirem o administrador e o empreendedor, por essa razão a necessidade de mostrar as diferenças e semelhanças existentes entre eles.

De acordo com (CHIAVENATO, 2008 p.3), o administrador não é apenas analisado pelas organizações por seus conhecimentos tecnológicos em Administração, mas, principalmente, por seu modo de agir, suas atitudes, conhecimento, habilidades, competências, personalidade e filosofia de trabalho.

Os administradores são peças existentes nas organizações e os mesmos possuem características próprias, são dinâmicos, possuem o conhecimento administrativo, são capazes de gerenciar todo e qualquer tipo de organização.

Hampton (1991) *apud* Dornelas (2005, p.31) os administradores diferem dos empreendedores em dois aspectos: o lugar que ocupam na hierarquia de acordo com o conhecimento de cada um, posteriormente é definido os objetivos administrativos que serão alcançados, o segundo aspecto é a definição dos cargos funcionais ou gerais.

Um empreendedor, segundo Lenzi (2010), está principalmente interessado na inovação, enquanto o administrador é alguém que possui e administra o negócio.

Rosemary Stewart (1982, *apud* Dornelas, 2005, p.31) acredita que há semelhança entre os administradores e os empreendedores, já que ambos possuem três características principais: especificam o que deve ser feito; limitam o que o responsável pelo trabalho

administrativo pode fazer; identificam as opções que o responsável tem na determinação do que e de como fazer.

Conclui-se que existem pontos em comum entre esses profissionais, o empreendedor possui características e atributos extras do que o administrador, ou seja, o empreendedor é um administrador com valores agregados.

2.3 Empreendedorismo no Brasil

Dornelas (2005), o empreendedorismo no Brasil começou a ganhar forças na década de 90, como o surgimento do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e *Softex* (Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*). Os empreendedores não tinham ideia de como começar uma jornada empreendedora, pois naquela época o país não havia uma política econômica de incentivo, raramente se ouvia nem falar em empreendedorismo. Pode-se afirmar que o SEBRAE é um dos órgãos mais competente e conhecido no Brasil que serve de suporte aos que desejam iniciar um negócio, e/ou para quem deseja consultorias no seu empreendimento para solucionar problemas que venham surgir. O surgimento do empreendedorismo no Brasil pode ser comparado ao histórico da empresa de *software Softex* criada com o objetivo de levar o país ao mercado externo.

Outro fato importante envolvendo o empreendedorismo no mundo, especialmente no Brasil que foi relatório executivo de 2000 do Global *Entrepreneurship* Monitor (GEM, 2000), onde se destacou como o país que possuía a melhor relação entre o número de habitantes adultos que começaram um novo negócio e o total dessa população.

Dornelas (2005, p.27) cita alguns exemplos de ações que apontam o desenvolvimento do empreendedorismo, são elas:

1. Os programas *Softex* e Genesis (Geração de Novas Empresas de *Software*, Informação e Serviço), que serviam de apoio às atividades empreendedoras em *software*, instigando o ensino nas universidades e gerar novas empresas de *software*.
2. O programa do Governo Federal, Brasil Empreendedor, foi criado para capacitar mais de 6 milhões de empreendedores em todo país. Além de investimentos de 8 milhões de recursos financeiros para esses empreendedores.
3. Variados cursos criados pelas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo. Destaca-se o programa de Ensino Universitário de Empreendedorismo.
4. Também contribuiu para explosão do empreendedorismo foi à criação das empresas de Internet no país no final da década de 90, surgem entidades como o Instituto *e-cobra*,

de apoio aos empreendedores das empresas ponto.com, que são empresas que utilizam a Internet para suas comercializações. A *e-cobra* auxilia essas empresas com cursos, palestras e premia os melhores planos de negócio de empresas *start-up* de Internet.

5. Finalmente, o grande crescimento de incubadoras de empresas no Brasil, que estimula a criação e desenvolvimento de empresas oferecendo suporte técnico e gerencial complementar. Dados da Anprotec (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologia Avançada) mostra que no ano de 2004, havia mais de 280 incubadoras de empresas em todo país, com o total de mais 1.700 empresas incubadas.

Ao referir-se ao desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil, observa-se que foi a passos lentos quando comparamos ao resto do mundo. Observa-se que foi no início dos anos 90 que começaram os primeiros avanços graças à criação do SEBRAE que estimulou o crescimento e abertura de novas empresas e conseqüentemente houve grande avanço na ordem econômica do país.

2.4 Tipos de Empreendedores

Ao referir-se aos tipos de empreendedores existentes nos mercados eles diferem-se pelas formas e/ou pelo objetivo que eles desejam abrir uma empresa.

Existem alguns tipos básicos de empreendedores: os que empreendem por oportunidade e os que empreendem por necessidade. Smith (1967) *apud* Chiavenato (2008, p. 11 e 12), afirma que há dois tipos básicos de empreendedores: empreendedores artesãos e empreendedores oportunistas.

- **Empreendedores artesão:** é aquele que inicia um empreendimento com habilidades técnicas, muitas vezes vindas de seus antecedentes, com pouco conhecimento do mercado, sem qualificação profissional.
- **Empreendedores oportunistas:** aquele que tem conhecimento mais aprofundado possui noções empíricas, tem educação ampla sobre assuntos como: administração e economia sabem-se o negócio é oportuno ou não, conhecem as ferramentas gerenciais a que venha gerar os resultados esperados. O oportunista caracteriza-se por:
 - evitar o apadrinhamento dentro da organização;
 - delegar funções a pessoas qualificadas para cada cargo;
 - empregar o planejamento estratégico na busca dos melhores resultados.

Portanto, há dois tipos distintos de empreendedores, o artesão que como o próprio nome diz é aquele tem um dom para determinado ofício e faz dele o seu negócio, podemos citar como exemplo de empreendedor artesão o oleiro. O empreendedor por oportunidade é aquele conhecedor do processo de criar e gerenciar uma empresa, é alguém que possui visão que enxerga na necessidade a oportunidade para criar algo novo.

2.5 Características e Habilidades do Empreendedor

É pertinente abordar acerca das características e habilidades existentes nestes indivíduos que tem um diferencial no mercado, que é abrir negócios lucrativos ou não.

Segundo Chiavenato (2008), as três características básicas do empreendedor são:

1. **Necessidade de realização:** Os empreendedores possuem uma grande necessidade realização, não desiste com facilidade, ao delinear um projeto é impulsionado a realização do mesmo a qualquer custo.
2. **Disposição para assumir riscos:** assumir riscos é a principal característica do perfil de uma pessoa empreendedora, pois ao iniciar um negócio assume variados tipos de riscos constantemente, mas sempre cauteloso, pois sabe que não existe o sucesso sem o risco. Riscos financeiros, consequente de investimentos de capital próprio ou de terceiros, riscos psicológicos possibilidade de frustração de fracasso, riscos ao envolver a família nos negócios. Arriscar é ter coragem de enfrentar desafios buscando os melhores caminhos para criar um negócio rentável.
3. **Autoconfiança:** algo indispensável para alcançar os resultados esperados, ela impulsiona o empreendedor a enfrentar os problemas inerentes a um novo negócio e recorrer aos recursos necessários para superar tais problemas fazer acreditar no sucesso do empreendimento.

Verifica-se que todos os empreendedores possuem pelo menos três características idênticas que seriam: a necessidade de realização, ou seja, necessidade de concretização de um projeto a qualquer custo; disposição em assumir riscos sabendo da probabilidade de não atingir os resultados esperados e a autoconfiança que o impulsiona a ter vontade de realizar.

Já Tajra e Santos (2009) define que as características do empreendedor, são:

- **Ter iniciativa:** ao perceber a oportunidade não ficam esperando os outros, é estimulado a agir e transformar a ideia em um empreendimento bem-sucedido, buscando os recursos necessários.

- **Persistência:** não desanimar, ser perseverante e criativo para que os obstáculos sejam vencidos, mudando e se adaptando, buscando planejamento estratégico sempre.
- **Comprometido:** se envolver, sujeitem-se a doar todo o tempo em prol da busca dos melhores resultados, conquistando clientes, bons fornecedores, colaboradores com o mesmo espírito, enfim, resultados satisfatórios.
- **Saber tomar decisões:** saber tomar as decisões necessárias nas horas certas, mesmo que seja sob pressão, construindo um fator chave para o seu sucesso. Além de tomar decisões, planejam as ações com grande agilidade.

Percebe-se que os autores utilizam as mesmas características para definir o empreendedor, mudam apenas as palavras ou acrescentam alguns adjetivos como comprometido, persistente, ágil, mas na sua essência tem o mesmo sentido.

Para (KATZ, 1986 *apud* DAVID, 2004) os empreendedores possuem três habilidades básicas, são elas:

- **Habilidades técnicas:** consistem na compreensão e proficiência em um determinado tipo de atividade, saber utilizar métodos, técnicas e equipamentos necessários para realizar a contento um determinado trabalho.
- **Habilidades humanas:** facilidade para trabalhar como membro de um grupo e em equipe, com cooperação e flexibilidade; saber se comunicar.
- **Habilidades conceituais:** forma como se compreende e reage aos objetivos e políticas da organização, empregando conceitos, ideias e abstrações.

Os empreendedores possuem habilidades que é de suma importância abordar nesse trabalho: as habilidades técnicas que é a utilização de um método de fazer algo com maior rapidez e com qualidade; e as habilidades humanas que já nasce com elas, ou seja, a comunicação, saber trabalhar em grupo; e as habilidades conceituais que são aquelas que adquirimos através do estudo das ciências, ou mesmo por experiências empíricas.

3 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Ao abordar acerca do tema empreendedorismo social, é pertinente fazer relação com organizações não lucrativas, que se caracterizam por realizarem ações solidárias de forma gratuita a sociedade. O empreendedorismo social se emerge no cenário dos anos 1990, face à crescente problematização social, à redução dos investimentos públicos no campo social, ao crescimento das organizações do Terceiro Setor e da participação das empresas em investimento e ações no campo social.

Segundo Souza (2008), a atividade voluntária organizada já existia na antiga China e teria sido institucionalizada sob a influência do budismo no Século VIII.

De acordo com Oliveira (2007) o empreendedorismo social se apresenta como conceito em desenvolvimento, mas com características teóricas, metodológicas e estratégias próprias, sinalizando diferenças entre uma gestão social tradicional e outra empreendedora. Observa-se que empreendedorismo social já existe há muito tempo, mas pouco tem se praticado, talvez pelo fato de não ser uma fonte que gere lucros.

Quando falamos de empreendedorismo social, estamos buscando um novo paradigma. O objetivo não é mais o negócio do negócio (...) trata-se, sim, do negócio do social, que tem na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na sua parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado a sua estratégia (...). (Melo Neto; Froes, 2002 *apud* Oliveira, 2007).

Relata (Ashoka & McKinsey, 2001 *apud* Oliveira, 2007) que os empreendedores sociais possuem características distintas dos empreendedores de negócios. Eles criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Alguns dos fundamentos básicos do empreendedorismo social estão diretamente ligados ao empreendedor social, destacando-se a sinceridade, paixão pelo que faz, clareza, confiança pessoal, valores centralizados, boa vontade de planejamento, capacidade de sonhar e uma habilidade para improviso.

Diante do exposto constata-se que, muitas semelhanças existem entre empreendedorismo social e o de negócios, ambos são movidos pelo desejo de realização e concretização de suas ideias, assumindo também riscos por isso.

“O empreendedorismo social é uma das espécies do gênero dos empreendedores; são empreendedores com uma missão social, que é sempre central e explícita” (LEITE, 2003 *apud* Oliveira 2007).

É importante ressaltar que o empreendedorismo social não é Responsabilidade Social, pois esta supõe um conjunto organizado e devidamente planejado de ações internas e externas, com a missão de promover melhorias e suprir a necessidade da comunidade. Também não se caracteriza como profissão, pois não há formação universitária, nem conselho regulador, pois não é legalmente constituída. Não é uma organização social, pois social, pois não gera rendimentos a partir de venda de produtos ou serviços.

São consideradas pessoas generosas e éticas, com disposição de realizar grandes transformações sem que sejam motivados pelo dinheiro, mas sim pelo o desejo de um mundo

melhor, usa a criatividade para melhorar a vida das pessoas. Empreendedor social é uma opção de vida e nos mostra que dá pra ser próspero e vencer as dificuldades, ainda que sejam com poucos recursos, mas com a vontade e determinação para combater os problemas sociais o empreendedor social proporciona mudanças e é estimulado a buscar soluções com atitude de propor algo novo.

Para Moreira, Vidal e Farias (2011), uma concepção adequada de desenvolvimento deve ir muito além de variáveis relacionadas à renda. O desenvolvimento deve estar relacionado, principalmente, com a melhoria da vida que levamos e das liberdades que desfrutamos.

Estes indivíduos têm como diferencial no mercado o fato de fazerem projetos para a comunidade, objetivando solucionar as disparidades existentes na sociedade.

Dees (1998; 2000) *apud* David (2004) coloca o empreendedor social como o responsável pela mudança no setor social por adaptação de uma missão que sustenta o valor social (não apenas valor privado). Portanto, o empreendedor social tem o papel de agente de mudança no setor social, por:

- a) Adotar a missão de gerar e manter valor social (não apenas valor privado);
- b) Reconhecer e buscar implacavelmente novas oportunidades para servir a tal missão;
- c) Engajar-se num processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo;
- d) Agir arrojadamente sem se limitar pelos recursos disponíveis;
- e) Exibir um elevado senso de transparência para com seus parceiros e público e pelos resultados gerados.

Todavia, ele é considerado um agente transformador social, é alguém que tem a boa vontade e o desejo de fazer a diferença, toma os problemas sociais como seus e assumem o compromisso de buscar meios de solução.

3.1 Perfil do Empreendedor Social

Verifica-se que o empreendedor social possui as mesmas características do empreendedor de negócios, o que lhe diferencia é sua postura de ser apaixonado pela causa social. Quadro abaixo traça o conhecimento, habilidades, competências e a postura deste profissional.

Conhecimentos	Habilidades	Competências	Posturas
- Saber aproveitar as oportunidades.	- Ter visão clara. - Ter iniciativa.	- Ser visionário. - Ter senso de	- Ser inconformado e indignado com a injustiça

<ul style="list-style-type: none"> - Ter competência gerencial. - Ser pragmático e responsável. - Saber trabalhar de modo empresarial para resolver problemas sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser equilibrado. - Participação. - Saber trabalhar em equipe. - Saber negociar. - Saber pensar e agir estrategicamente. - Ser perceptivo e atento aos detalhes. - Ser ágil. - Ser criativo. - Ser crítico. - Ser flexível. - Ser focado. - Ser habilidoso. - Ser inovador. - Ser inteligente. - Ser objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> responsabilidade. - Ter senso de solidariedade. - Ser sensível com os problemas sociais. - Ser persistente. - Ser competente. - Saber usar forças latentes e regenerar forças pouco usadas. - Saber correr riscos calculados. - Saber integrar vários atores em torno dos mesmos objetivos. - Saber interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade. - Saber improvisar. - Ser líder. 	<ul style="list-style-type: none"> e a desigualdade. - Ser determinado. - Ser engajado. - Ser comprometido e leal. - Ser ético. - Ser profissional. - Ser transparente. - Ser apaixonado pelo que faz (campo social).
---	---	---	---

QUADRO I: Conhecimentos, Habilidades, Competências e Posturas

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de OLIVEIRA, 2004.

O empreendedor Social tem paixão pelo que faz, corre nas suas veias o desejo de mudança, tem espírito coletivo, trabalha na maioria das vezes como voluntário, buscar soluções para os problemas sociais resgatando pessoas de situações de riscos, tem criatividade e habilidade para sensibilizar pessoas para unir forças na promoção do bem-estar social.

4. TERCEIRO SETOR

As organizações de terceiro setor visam o beneficiamento coletivo da população com ações destinadas a promover a assistência social, a fim de conseguir melhoria de vida para a comunidade.

Para Souza (2008, p. 103) as organizações do Terceiro Setor têm liderança democrática, processos de gestão centrados na experiência dos membros, estrutura flexível e informal e processos gerenciais voltados para o alcance de resultados sociais.

Essas organizações agem com vivacidade em ações de cunho social, beneficiando e trazendo melhorias para a sociedade, e que podem ser consideradas como de utilidade pública, dessa auxiliar o poder público no cumprimento de suas obrigações, agindo efetivamente no combate às desigualdades existentes no país.

Souza (2008, p. 109) define algumas das principais vantagens das organizações de Terceiro Setor, que são elas:

- São mais rápidos do que as organizações públicas no atendimento às demandas sociais, pois, têm maior benevolência na contratação e rescisão de contrato do pessoal;
- O custo de contratação de profissionais, para atendimento aos beneficiários, é reduzido, pois ocorre dentro de projetos específicos, por prazo determinado;
- Garantem maior grau de transparência, uma vez que se encontram submetidas à gestão e ao controle da sociedade civil;
- E com titularidade de Organização Social de Interesse Público (OSCIP), ou de Organização Social (OS), passam a gozar de uma série de benefícios fiscais.

Observa-se que as organizações de terceiro setor se transfiguram como uma boa iniciativa, elas podem ser vistas como entidades comprometidas com o interesse público, que não visam o lucro, contribuem de forma significativa para a garantia do bem-estar social.

Um exemplo de organização que se encontra nessa categoria são as Organizações não governamentais (ONGs) que prestam serviços de assistência social em áreas como: saúde, esporte e lazer, educação, cultural.

4. HISTÓRICO DA UNIDADE DE APOIO A PORTADORES DE CÂNCER EM CATOLÉ DO ROCHA

A cidade de Catolé do Rocha situa-se na microrregião do Sertão Paraibano, é uma das cidades mais importantes do sertão, com população de 28.759 habitantes. Há diversas empresas de pequeno porte, na área têxtil, calçadista e de alumínio, desenvolvendo assim a economia do município, gerando emprego e renda para seus moradores, conta também com o nome de cidade mais verde da Paraíba.

A Unidade de Apoio a Portadores de Câncer (UAPC) foi criada no dia 10 de setembro de 2005 em Catolé do Rocha, inscrita no CPNJ sob o nº 07.632.386/0001-01, por sugestão de Francisca Sofia Tenório e iniciativa de catoleenses residentes em João Pessoa.

A UAPC é uma sociedade de serviço social voluntário, sem fins lucrativos, com a missão de prestar, gratuitamente, orientação e apoio - na prevenção, no diagnóstico e no tratamento - a pessoas portadoras de câncer domiciliadas em Catolé do Rocha.

Os serviços são realizados por pessoas da comunidade, que fazem um trabalho voluntário, residentes em Catolé do Rocha e em João Pessoa. Dentre outros, destacam: disseminar as práticas de prevenção e detecção precoce do câncer, intermediar diagnósticos, cadastrar portadores, marcar consultas, fazer encaminhamentos, hospedar pacientes e acompanhantes na Casa de Apoio em João Pessoa, acompanhando-os nas consultas, exames e tratamentos em hospitais, clínicas e laboratórios, visitar os portadores e seus familiares em Catolé do Rocha. A instituição é mantida pelos sócios efetivos que são os cidadãos catoleenses e de João Pessoa que contribuem mensalmente com a importância de R\$ 10,00 e também de doações de penas pecuniárias do juizado especial de Catolé do Rocha.

No 1º semestre de 2011, foram feitos 624 atendimentos de pacientes; forneceu 1.218 diárias na Casa de Apoio e realizou 97 visitas domiciliares em Catolé do Rocha. A Casa de Apoio em João Pessoa tem capacidade para até 15 hóspedes. Apresenta uma diretoria formada por onze membros, e um Conselho Deliberativo e Fiscal composto de 03 membros titulares e 03 suplentes. Além de dois assessores: um Técnico e um Jurídico.

A Organização possui 04 funcionários, sendo uma em Catolé do Rocha e 03 em João pessoas. Atualmente apresenta no quadro social de 635 associados: 395 cadastrados em Catolé do Rocha e 240 em João Pessoa.

5. METODOLOGIA

O presente trabalho trata-se uma pesquisa básica, quantitativa de caráter descritivo, com a finalidade de expandir o conhecimento sobre o empreendedorismo social.

Segundo Gil (2010, p. 20) pesquisa básica tem o objetivo de gerar novos conhecimentos que sejam úteis para os avanços científicos, que tenha aplicabilidade na prática e que gere mudanças. Portanto, a pesquisa básica tem por finalidade expandir o conhecimento sobre determinado assunto bem como satisfazer a curiosidade científica.

Para Neves (1996), a pesquisa qualitativa compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social: trata-se de reduzir a distancia entre a teoria e os dados. A pesquisa se caracteriza como qualitativa, pois traduzem as opiniões dos usuários da Unidade de Apoio a Portadores de Câncer e informações utilizando técnicas estatísticas para serem posteriormente analisadas.

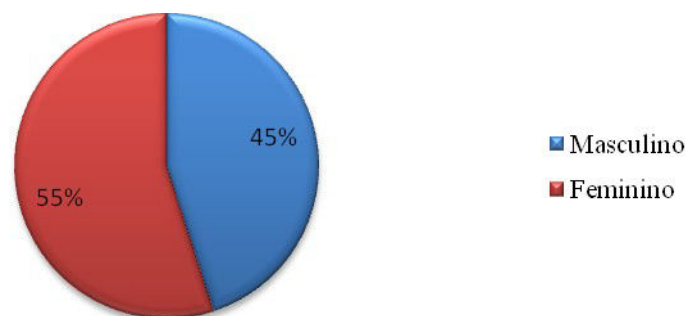
Diante do exposto, a pesquisa percorreu os passos a seguir: inicialmente com a pesquisa bibliográfica sobre o tema supracitado, analisado e selecionado os melhores autores, dentre eles Chiavenato, Dornelas, Martins, entre outros, em seguida desenvolveu-se o referencial, na próxima etapa foi realizado um estudo de caso utilizando questionário dividido em duas partes na primeira com 04 questões foram elaborado perguntas pertinentes ao perfil sócio econômico dos clientes e, na segunda parte foi composta de 11 questões e uma aberta para que os clientes opinassem acerca do que precisaria melhorar na UAPC, aplicou-se com os usuários da Unidade de Apoio a Portadores de Câncer em Catolé do Rocha, uma amostra de 40 clientes dos 169 portadores cadastrados na UAPC, depois de colhido os dados foram catalogados e analisados através do Excel para calcular as porcentagens com o objetivo de traduzir os resultados alcançados.

6. ANÁLISE DOS RESULTADOS

De acordo com os dados coletados e analisados, foram identificados os resultados a seguir:

Parte I – Perfil dos Entrevistados

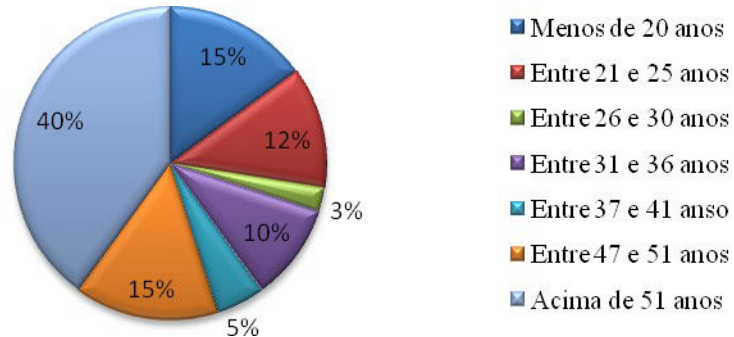
Gráfico 01 – GÊNERO



FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Em relação ao gênero dos usuários, o gráfico aponta que tanto as mulheres como os homens utilizam dos serviços oferecidos pela Unidade de Apoio a Portadores de Câncer, mostrando assim que a organização social atende todos que busquem a mesma, e que tanto homens como mulheres estão se preocupando com a saúde. A figura traduz que a procura pelos serviços são praticamente igual por ambos os sexos.

Gráfico 02 – FAIXA ETÁRIA

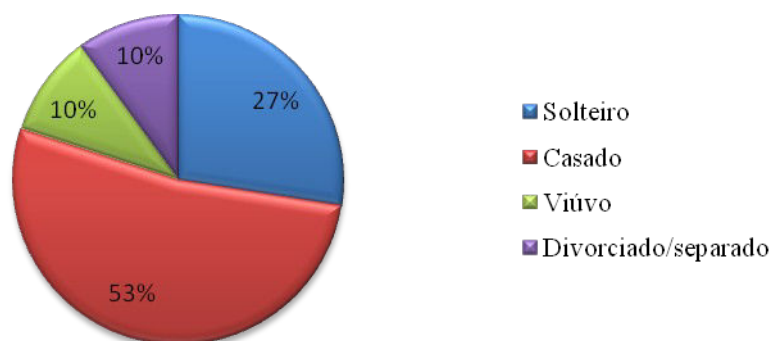


FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Quanto à idade, observa-se que as maiorias dos portadores cadastrados possuem mais de 51 anos, o que leva a presumir que o câncer vem atingindo as pessoas mais velhas, podendo também observar que 15% dos portadores possuem entre 47 e 51 anos, sendo assim, elevam as suspeitas sobre essa doença atingir pessoas com maiores idade.

Verifica-se também que os jovens tem buscado o apoio da UAPC no tratamento do câncer, somados os de idade até 25 anos chegam 17% dos usuários.

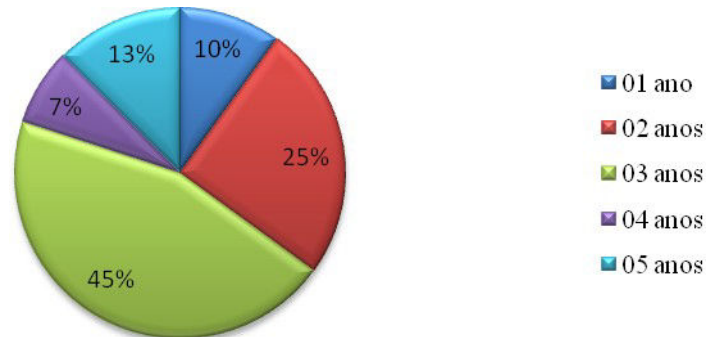
Gráfico 03 – ESTADO CIVIL



FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

O próximo item exhibe o estado civil dos portadores, em sua maioria, casados. O resultado de 53% é justificado pelo gráfico 02, onde observa-se que o maior número de portadores cadastrados na instituição possuem acima 47 anos.

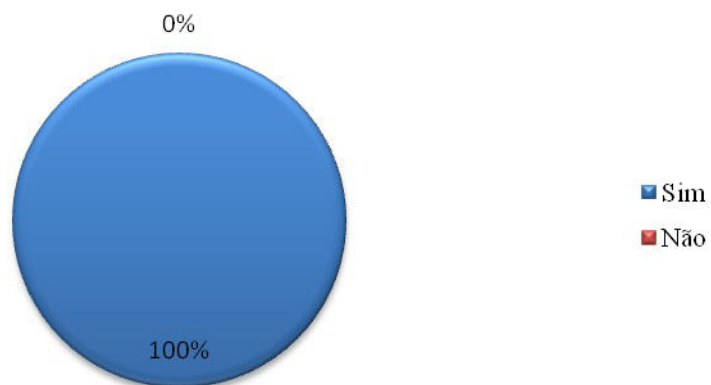
Gráfico 04 – HÁ QUANTO TEMPO ESTÁ NA INSTITUIÇÃO?



FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Verifica-se no gráfico 04, que 45% dos entrevistados estão na organização a mais de 03 anos, portanto, corroboram-se a importância da criação do empreendimento social, já que há uma permanência nos usuários na instituição, também pelo câncer ser e ou exigir um tratamento que demanda tempo e ser minucioso o tratamento.

Gráfico 05 – VOCÊ RESIDE EM CATOLÉ DO ROCHA?

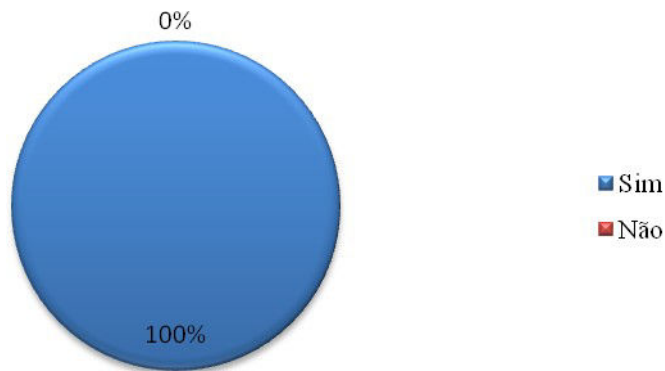


FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

O gráfico 05, demonstra que a Unidade de Apoio a Portadores de Câncer, atende exclusivamente pessoas residentes em Catolé do Rocha, de modo que a UAPC não exclui pessoas vindo de outras localidades.

Parte II - Em relação à Unidade de Apoio a Portadores de Câncer avalie:

Gráfico 06 – VOCÊ ACHA QUE FOI IMPORTANTE À CRIAÇÃO DESSE EMPREENDIMENTO SOCIAL NA CIDADE DE CATOLÉ DO ROCHA?

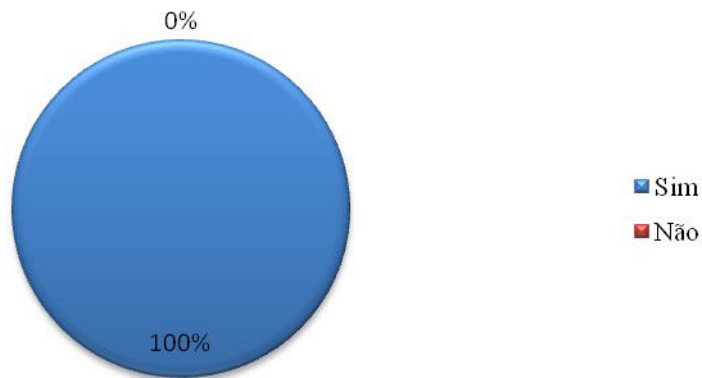


FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Analisando o gráfico 06, nota-se que a criação da UAPC foi de grande importância, pois houve mudanças sociais, as respostas dos usuários foram unânimes, eles afirmam que depois da implantação da UAPC os catoleenses tiveram acesso a serviços que antes era impossível e ou dificultoso.

Segundo Schindler (2002) *apud* Oliveira (2007), para que haja mudanças de paradigmas sociais, duas coisas são importantes e necessárias, uma nova ideia e um empreendedor social que invente, desenvolva e lidere sua criação.

Gráfico 07 – VOCÊ ACHA QUE A UAPC TEM CONTRIBUÍDO PARA MELHORIA DE VIDA DOS PORTADORES?

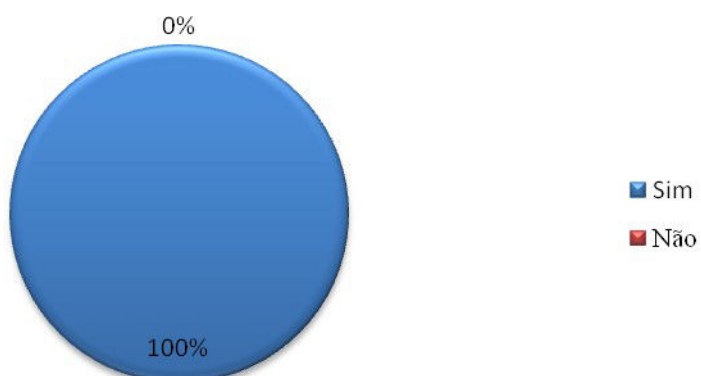


FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Segundo o gráfico 07, confirmar que o empreendimento social vem mudando a qualidade de vida dos portadores, já que os entrevistados afirmam positivamente, pois os mesmos saem da cidade preocupados com a gravidade da doença e chegando na UAPC encontram uma esperança de curar a doença através do tratamento com mais rapidez.

“Qualidade de vida é a percepção do indivíduo sobre a sua posição na vida, dentro do contexto dos sistemas de cultura e valores nos quais está inserido e em relação aos seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações” (Organização Mundial de Saúde, 1994).

Gráfico 08 – A UAPC TEM ATENDIDO SUAS NECESSIDADES?



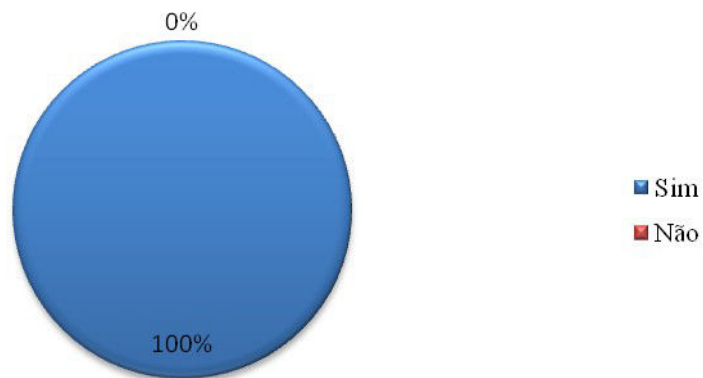
FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Os resultados mostrados no gráfico 08 descrevem que os atendimentos oferecidos pela UAPC são satisfatórios, as respostas foram unânimes. Verifica-se que além das consultas a

organização oferece auxílio medicamento, auxílio exame e dependendo na situação financeira do portador, oferece o auxílio alimentação.

Para (CHIAVENATO, 2006; pag. 276) as necessidades podem ser chamadas de desejos, aspirações, objetivos individuais ou motivos que constituem as fontes internas de motivação da pessoa.

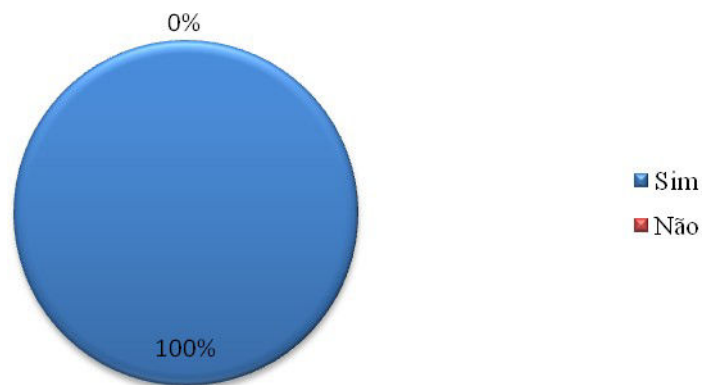
Gráfico 09 – A UAPC CUMPRE COM A MISSÃO ORGANIZACIONAL?



FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Sabe-se que a UAPC tem como missão prestar, gratuitamente, orientação e apoio - na prevenção, no diagnóstico e no tratamento - a pessoas portadoras de câncer ou em situação de risco. No gráfico 09, os portadores confirmam que a organização social tem cumprido com a sua missão, pois a mesma orienta a continuidade do tratamento da doença e acompanham todas as pessoas nas consultas.

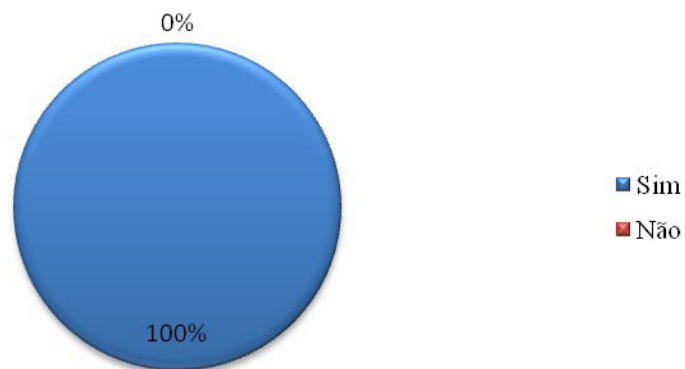
Gráfico 10 – A UAPC DEMONSTRA PREOCUPAÇÃO COM SEUS USUÁRIOS?



FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Em relação à preocupação da empresa social com seus usuários, mais uma vez os portadores afirmam positivamente que a UAPC cuida dos seus clientes. De modo que, a UAPC se preocupa desde a prevenção até o tratamento final, além disso, presta uma assistência através de visitas domiciliares, exame ou medicamento.

Gráfico 11 – OS COLABORADORES E VOLUNTÁRIOS PRESTAM UM ATENDIMENTO SATISFATÓRIO NA UAPC?



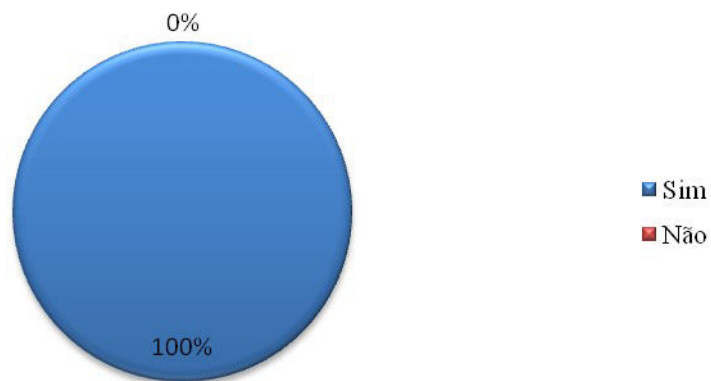
FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Referente ao gráfico 11, é relativo ao bom atendimento dos colaboradores e voluntários da instituição social, como se pode observar os beneficiários asseguram que os atendimentos prestados pela equipe correspondem às expectativas.

Ferreira e Mendes (2011) definem atendimento ao público como um serviço complexo que acolhe diversos grupos de pessoas, cuja interação social é mediada por diversas

necessidades, podendo ser facilitada ou dificultada em função das condições físicas, materiais ou organizacionais.

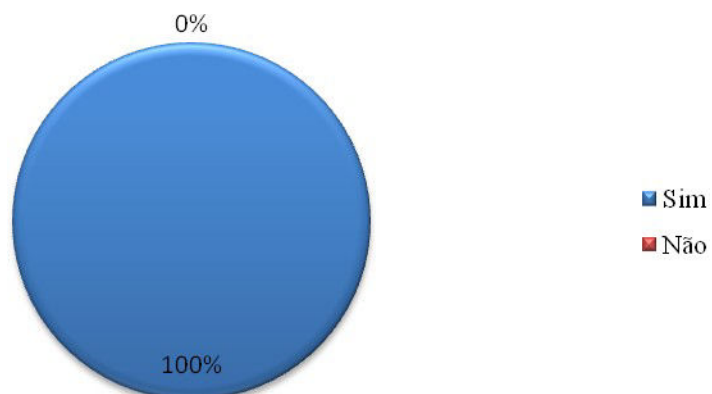
Gráfico 12 – AS INSTALAÇÕES DA CASA DE APOIO SÃO ADEQUADAS AOS PORTADORES?



FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

No questionário, os portadores afirmam que as instalações da casa de apoio em João Pessoa são adequadas aos usuários, visto que, a mesma se encontra nas proximidades do hospital do câncer, em área plana, mesmo que o portador seja deficiente físico não encontra dificuldades de acesso a casa proporcionando conforto. O resultado para essa questão está demonstrado na figura 12.

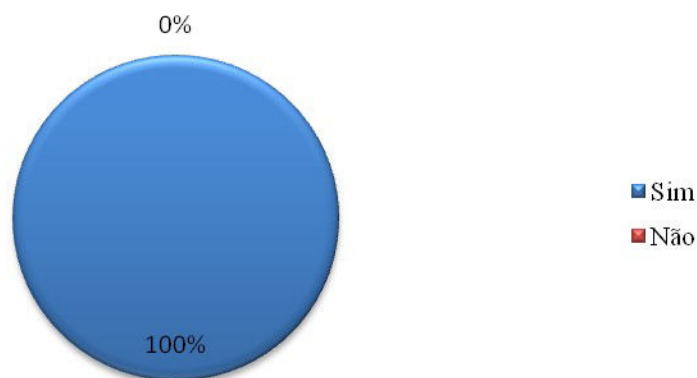
Gráfico 13 – OS ENCAMINHAMENTOS FEITOS PELA UAPC PARA O HOSPITAL LAUREANO SÃO MAIS RÁPIDOS?



FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

A figura 13, refere-se à rapidez na marcação das consultas pela UAPC no Hospital Laureano, o gráfico demonstra resultado satisfatório, já que 100% dos entrevistados dizem que os encaminhamentos feitos pela instituição são mais rápidos, pois a UAPC é reconhecida, em João Pessoa especificamente no hospital, que dá preferências aos atendimentos que são marcados pela a instituição. Os resultados apresentados levam a perceber que o empreendedorismo social vem fazendo a diferença na sociedade, pois vai ao encontro da solução do problema, nesse caso, a UAPC tem contribuído para suprir a deficiência que a saúde pública tem em atender os portadores de câncer com qualidade.

Gráfico 14 – OS VOLUNTÁRIOS ESTÃO PREOCUPADOS COM OS USUÁRIOS NA MARCAÇÃO DAS CONSULTAS COM URGÊNCIA?



FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Na entrevista, os usuários da UAPC relatam na figura 14 que os voluntários e colaboradores responsáveis pela marcação das consultas no Hospital do Câncer, estão sempre atentos na providencia das consultas de caráter urgente, mas uma vez 100% dos entrevistados manifestam suas respostas positivamente.

Questão 15 – EM SUA OPINIÃO, O QUE PRECISA SER MELHORADO NA UAPC?

Na minha opinião está normal;
Nada;
Passagens;
Precisa mudar nada;
Tá tudo bom;
Tudo ótimo;
Esta tudo ótimo agradeço a Deus;
Está tudo ótimo, se melhorar mais, melhor ainda;
Manter-se no mesmo padrão
Continuar da forma como está.
Não tem o que melhorar, já está ótimo;
Transporte.

FONTE: Pesquisa direta, outubro de 2011.

Com base nas respostas acima descritas, 55% afirmam que não precisa mudar nada, 18% dizem que está tudo ótimo, 17% estão insatisfeitos com as passagem e/ou transporte, 8% confirmam que está tudo bom e 2% diz que deve manter o padrão, ou seja, maioria aponta que não há nenhuma necessidade de mudança, todos os serviços estavam sendo realizados de acordo com as necessidades, enquanto, algumas respostas direcionam ao transporte de Catolé do Rocha a João Pessoa, onde é feito o tratamento da doença. A UAPC não dispõe de carro para levar essas pessoas de Catolé do Rocha a João Pessoa, assim, eles dependem da prefeitura que demora a repassar o dinheiro para comprar as passagens.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o que foi evidenciado neste trabalho, o empreendedorismo social é feito por pessoas que possuem o desejo de fazer a diferença, é um ramo empresarial tão importante quanto um negócio lucrativo, são utilizadas as mesmas estratégias e ferramentas administrativas para o alcance dos objetivos organizacionais.

Como visto, a Unidade de Apoio a Portadores de Câncer serve como modelo de instituição solidária, basta observar os resultados, onde os beneficiários descrevem o papel da instituição e comprovam a utilidade da mesma, cumpridora da sua missão organizacional. A UAPC caracteriza-se como um empreendimento social, atende um determinado grupo dentro da sociedade catoleense, que são os portadores de câncer, além de marcação de consultas com maior rapidez, oferece auxílio medicamentos, exames e alimentação aos usuários. Outra

característica importante observada, é que a maioria dos funcionários são voluntários ou colaboradores, que dispõem seu tempo para ajudar os clientes que chegam a unidade.

A mesma necessita buscar um meio de sanar o item referente ao transporte para que os pacientes possam se deslocar até João Pessoa, o meio mais urgente no momento seria providenciar as carteirinhas oferecidas pelo governo do estado onde foi sancionada recentemente uma lei estadual dando direito de passe livre aos portadores de câncer nos transportes intermunicipais.

Mediante o exposto, conclui-se a pesquisa tem muito a contribuir aumentando o conhecimento, onde posteriormente desperte nos futuros administradores o desejo de ampliar o número de organizações nessa atividade, que venham se destacar como a UAPC.

6. REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando Assas ao Espírito Empreendedor**. 3 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração Geral e Pública**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2006.

DAVID, Denise Elizabeth Hey. **Intraempreendedorismo Social: Perspectivas Para O Desenvolvimento Social Nas Organizações**. Disponível em: <http://www.unioeste.br/projetos/casulo/files/tese_denise_david.pdf> Acesso em: 27/08/2011.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FERREIRA, Mário César e MENDES, Ana Magnólia. **“Só de pensar em vir trabalhar, já fico de mau humor”**: atividade de atendimento ao público e prazer-sofrimento no trabalho. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/epsic/v6n1/5336.pdf>> Acessado em: 15/11/2011.

GIMENEZ, Fernando, FERREIRA, Jane Mendes e, RAMOS, Simone Cristina. **Empreendedorismo e estratégia de Empresas de pequeno porte 3es2ps**. Disponível em:

<<http://www.editorachampagnat.pucpr.br/ebook/9788572922043.pdf>> Acesso em: 23/08/2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HARRISON, Jeffrey S. Traduzido por Luciana de Oliveira Rocha. **Administração Estratégica de Recursos e Relacionamentos**. 1 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

L. LENZI, Fernando Cesar; KIESEL, Marcio Daniel e ZUCCO, Fabrícia Durieux. **Ação Empreendedora: como desenvolver e administrar o seu negócio com excelência**. São Paulo: Editora Gente, 2010.

MARTINS, Leandro Gonçalves. **Empreendedorismo**. 1 ed. São Paulo: Digerati Books, 2006.

MOREIRA, Vilma, VIDAL, Francisco Antonio Barbosa e, FARIAS, Iracema Quintino. **Empreendedorismo Social e Economia Solidária: Um Estudo de Caso da Rede de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável da Comunidade do Grande Bom Jardim**. Disponível em: <http://www.unioeste.br/projetos/casulo/files/emp_soc_sol.pdf> Acesso em: 27/08/2011.

NEVES, José Luis. **Caderno de Pesquisa em Administração**. 3 ed. São Paulo. Qualitymark Editora, 1996.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo Social: da teoria à prática, do sonho à realidade**. 7 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2008.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE – OMS. **DECLARAÇÃO ELABORADA PELO GRUPO DE TRABALHO DA QUALIDADE DE VIDA DA OMS**. GENEBRA: OMS. 1994.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SERAFIM, Lia Sales. **A Representação Social do Papel de Gestores em Organizações Não-Governamentais**. 2007. Dissertação (mestre em administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

SOUSA, Washington José. **Responsabilidade Social Corporativa e Terceiro Setor**. 1ª ed. Sistema Universidade Aberta do Brasil, 2008.

TAJRA, Sanmya Feitosa e SANTOS, Felipe Tajra. **Empreendedorismo: questões na área da saúde, social, empresarial e educacional**. 1 ed. São Paulo: Érica, 2009.

VILAR, Luanna Lopes, AFONSO, Pedro Valentin, SOUZA, Luciane Albuquerque Sá de e, MEDEIROS, Luciano de Santana. **Delineando o perfil empreendedor no Setor Imobiliário**. Disponível em: <<http://www.fatecjp.com.br/revista/art-ed2-006.pdf>> Acesso em: 23/08/2011.