

Empreendedorismo e Negócios Sociais: O Caso do Escritório de Projetos da Universidade Estadual de Santa Cruz¹

João Carlos de Pádua Andrade, Clara Campos e Campos, Jaiete de Jesus dos Santos, Renato de Oliveira Rosa e Katianny Gomes Santana Estival

Resumo

O presente artigo demonstra a importância do empreendedorismo e dos negócios sociais para o desenvolvimento econômico e social de atores locais desprovidos de oportunidades empreendedoras, promovidos através da dinâmica existente na extensão universitária. O Escritório de Projetos (EPEC) da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), localizado no Sul da Bahia, atua como um agente modificador que enxerga as potencialidades do local. Utilizando os princípios da extensão universitária e da pesquisa-ação, desenvolve ações empreendedoras com foco em dois pilares: possibilitar o processo de formação acadêmica dos discentes participantes através da relação teoria e prática e o fortalecimento do espírito empreendedor das comunidades participantes. Diante desse contexto, o presente artigo apresenta, de forma dissertativa, breve relato das ações que o EPEC realiza com comunidades através da extensão universitária, buscando fomentar o empreendedorismo e disseminar os negócios sociais em comunidades da Região Sul da Bahia, com valorização das vocações regionais e empoderamento de jovens e mulheres.

Palavras-chave

Empreendedorismo Social. Negócio Social. Extensão Universitária. Pesquisa-Ação.

Abstract

This article demonstrates the importance of entrepreneurship and social business for the economic and social development of local actors deprived of entrepreneurial opportunities, through the dynamics of university extension. The Office of Projects (EPEC) of the State University of Santa Cruz (UESC), located in the south of Bahia - Brazil, acts as a modifying agent that sees the potential of the site. Using the principles of university extension and action research, it develops entrepreneurial actions with focus on two pillars: enabling the academic formation process of the participating students

through theory-practice relationship and strengthening the entrepreneurial spirit of the participating communities. In this context, this article presents a brief account of the actions that the EPEC performs with communities through university extension, seeking to foster entrepreneurship and disseminate social business in communities in southern Bahia, with emphasis on regional vocations and empowerment of the youth and women.

Keywords Social Entrepreneurship. Social Business. University Extension. Action Research.

INTRODUÇÃO

O modo como o sistema econômico modificou-se ao longo dos anos acarretou diversos problemas sociais e ambientais de grande gravidade, como a crescente desigualdade social e a degradação dos recursos naturais. Essas temáticas têm ganhado espaços em debates e ações de entidades públicas, privadas e, até mesmo, a própria sociedade tem atuado para a mudança deste quadro (ROSOLEN; TISCOSKI; COMINI, 2014).

Na busca por soluções que potencializam a melhoria da qualidade de vida, destaca-se o empreendedorismo como o processo de criar algo diferente e com valor, tendo o empreendedor como o principal fator promotor do desenvolvimento econômico e social de um país (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009). O empreendedorismo social insere-se como um dos potenciais agentes de inovação social em setores que não são atendidos com total eficácia pelos serviços públicos ou pelo mercado privado lucrativo nas ações para eliminação ou minimização dos problemas sociais. Este se dá através de parcerias entre organizações de diversas esferas, principalmente do terceiro setor, como fundações, associações e cooperativas (QUINTÃO, 2004).

Nesse contexto, o presente trabalho visa demonstrar o escritório de projetos (EPEC) da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), localizado no município de Ilhéus, Sul da Bahia, como um núcleo que desenvolve a extensão universitária sustentada no empreendedorismo e negócios sociais com objetivo de fomentar o empreendedorismo e a disseminação dos negócios sociais em comunidades da Região Sul da Bahia, com a valorização das vocações regionais e o empoderamento de jovens e mulheres.

Para a obtenção dos resultados apresentados foram utilizadas as pesquisas bibliográficas sobre o estado da arte das discussões sobre empreendedorismo, negócios sociais e pesquisas documentais com base nos relatórios de atividades de pesquisa e extensão realizadas pelo EPEC no período de 2010 a 2016. As informações obtidas foram analisadas no ano de 2017, com a consideração das perspectivas do empreendedorismo e negócios sociais sobre os resultados das atividades realizadas pelo EPEC.

EMPREENDEDORISMO SOCIAL E NEGÓCIOS SOCIAIS

O empreendedorismo é visto como uma peça essencial no desenvolvimento econômico, no qual os empreendedores são considerados agentes de mudança social e econômica que podem enxergar motivações em outros aspectos além da obtenção de lucro e na formação de novos bens e serviços para a comunidade (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012).

O empreendedorismo abrange três conceitos essenciais: a geração de valor, a inovação e a habilidade de desenvolver e usufruir das oportunidades (QUINTÃO, 2004). O empreendedorismo social trata-se de uma ação inovadora com foco na esfera social, cujo processo é iniciado a partir de uma situação adversa do local e na elaboração de uma possibilidade de contornar esse problema (OLIVEIRA, 2004). São citadas cinco características do empreendedorismo: ser inovador; ser viável; ser autossustentável; envolver diversos indivíduos e segmentos da sociedade; promover impacto social e possibilitar que os resultados sejam avaliados (OLIVEIRA, 2004).

O empreendedorismo social é um conceito que não tem um significado único entre a academia, gestores, empresários e público em geral. Um empreendedor social não é apenas uma pessoa altruísta, mas, também, deve mostrar uma determinação clara para fazer uma contribuição para a sociedade (RODRÍGUES; OJEDA, 2015).

De acordo com Borzaga, Depedri e Galera (2012), a combinação da noção de empresa com o adjetivo social gerou novas definições caracterizadas por diferentes significados para o conceito de empreendimento social. Isto ocorre em virtude da falta de pesquisas empíricas e teóricas desenvolvidas na área, bem como a falta de informações estatísticas apropriadas para a realização de estudos. Ou seja, é um conceito ainda em construção dada uma multiplicidade de sobreposições parciais.

Os termos mais utilizados são o empreendedorismo social, negócios sociais e empreendimentos sociais. Além disso, outros conceitos que combinam atividades empresariais com a busca de objetivos sociais surgiram. Muitos termos são usados para consultar esses tipos de empresas, às vezes, intercambiáveis e, muitas vezes, criando confusão. O empreendedor social e as empresas sociais sobrepõem-se até certo ponto, esses termos tendem a serem substituídos pelo termo “empresa social”. Embora a literatura ainda não esteja consolidada neste campo, com o tempo, estará pronta para uma tentativa de esclarecimento (BORZAGA; DEPEDRI; GALERA, 2012).

A prática do empreendedor, muitas vezes, exige criatividade e experimentação, o que pode levar a novos produtos, novos serviços ou melhores processos. Porém, a inovação é mais do que apenas uma ideia criativa, porque apenas algumas ideias sobrevivem e se tornam inovação. O objetivo final é levar à mudança, acrescentar valor e melhorar processos, produtos ou experiências. Portanto, o termo também implica a execução. A organização social para a inovação é uma ideia de transformação que funciona e gera valor social.

Devido à importância de exigir-se uma inovação transformadora, a decisão de inovar deve ser abordada de uma forma deliberada no sentido de uma necessidade social. Além disso, as

organizações sociais têm de fornecer grande valor para a eficácia, eficiência, sustentabilidade e equidade do processo. Isto significa que a geração, seleção e implementação de ideias que se tornam realidades devem produzir o valor social máximo, como no caso do empreendedorismo social, o conceito de “inovação social” tem significados diferentes (RODRÍGUES; OJEDA, 2015).

Um negócio social busca fundir a criação de valor social e a criação de valor econômico em uma mesma estrutura organizacional. A geração de valor social também pode ser entendida não apenas pelo consumidor final, mas por todas as partes interessadas no processo, ou seja, os clientes, colaboradores, fornecedores, investidores e a própria sociedade. Um negócio social, além de cumprir os objetivos sociais, deve ser capaz de gerar recursos para obter uma margem de rentabilidade sobre as operações produtivas. Estes tipos de instituições não dependem de doações, além disso, não deve ocorrer a retirada de dividendos pelos acionistas/proprietários, já que os lucros devem ser reinvestidos no negócio (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

Os negócios sociais surgiram a partir de uma perspectiva norte-americana, na qual as organizações privadas se dedicam às soluções dos problemas sociais e são, normalmente, novos negócios de grandes empresas já estabelecidas no mercado. Nos países em desenvolvimento, emerge outro tipo de negócio com impacto social chamado de negócios inclusivos. Este tipo de negócio envolve a população de baixa renda no processo de desenvolvimento econômico no âmbito da demanda, como clientes e consumidores, e no âmbito da oferta, como empregados. Eles estabelecem elos entre os negócios e a população, gerando uma relação de benefício mútuo para a população local (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016).

Barki (2015) observa algumas nomenclaturas que podem ser aplicadas à terminologia de negócios sociais: (i) negócios com impacto social; (ii) negócios inclusivos; e (iii) negócios de impacto. Já Moraes Neto e Valentin (2013) ressaltam que essa nova modalidade de empreendimento pode contribuir para o progresso econômico das nações, através das inovações que objetivassem impulsionar o desenvolvimento humano, por exemplo, iniciativas que gerassem produtos e serviços direcionados para pessoas que vivem em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

Com base em Petrini, Scherer e Back (2016), foi possível verificar que os Negócios de Impacto Social possuem algumas particularidades que os diferenciam em relação aos demais tipos de empresas: (i) os tipos de produtos ou serviços ofertados; (ii) os clientes; (iii) o nível da estrutura de lucros. No Quadro 1, é apresentada uma proposta sistemática de alguns tipos de negócios com impacto social.

Os modelos propostos no Quadro 1 possuem algumas diferenças básicas. Os negócios direcionados para a base da pirâmide são modelos empresariais que visam a comercialização de produtos para as classes populacionais de baixa renda. Já os negócios sociais e inclusivos possuem em comum a realização de atividades que contribuem para a melhora do bem-estar social, principalmente em populações em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

Quadro 1 - Sistemática dos negócios com impacto social

Componentes	Negócios para a base da pirâmide	Negócio social	Negócio inclusivo
Produtos ou serviços	Qualquer produto ou serviço para venda direta à população de baixa renda.	Que solucionem problemas ligados à pobreza (educação, saúde, habitação ou serviços financeiros), ao meio ambiente e aos portadores de necessidades especiais.	Qualquer produto ou serviço, desde que inclua a população de baixa renda no processo de produção, fornecimento ou distribuição.
Clientes	Exclusivamente para pessoas de baixa renda.	Preferencialmente pessoas de baixa renda.	Qualquer cliente: consumidores finais de qualquer classe social, ou ainda empresas que adquirem os produtos/ serviços.
Estrutura de lucros	Visa lucros. Há distribuição de dividendos.	Não visa lucros.	Visa lucros. Há distribuição de dividendos.
Exemplo	Empresa de grande porte que desenvolve um novo produto para venda, destinado a pessoas de baixa renda. Um exemplo é a Coca-Cola vendida a R\$1,00.	Joint-venture da Gramen Danone – grandes empresas investem dinheiro e conhecimento no processo de fabricação de iogurte. O produto possui alto teor de nutrientes (benefício às crianças desnutridas) e é vendido à população de baixa renda por um preço acessível.	Empresa que compra a matéria-prima de pessoas de baixa renda (alface). Os funcionários que limpam, embalam e distribuem o produto são pessoas da comunidade carente, logo os benefícios sociais gerados são emprego e renda aos produtores e distribuidores.

Fonte: Petrini, Scherer e Back (2016).

Sobre a percepção e conhecimento na temática de Negócios Sociais no ambiente acadêmico, os autores Janchan, Comini e Damário (2016) avaliaram o interesse dos alunos do curso de Administração da Universidade de São Paulo - USP e foi possível destacar que os negócios sociais, por mais que se acredite que sejam a grande solução da desigualdade social e até mesmo para os problemas mercadológicos, carecem de maior foco de pesquisa e disseminação de conhecimento. A principal contribuição deste estudo foi a percepção de que há uma lacuna no ensino de Administração na formação de gestores através de ações de extensão para o trabalho nos empreendimentos sociais. Foi possível concluir também que há uma grande demanda a ser atendida, com a maior profissionalização e aumento da probabilidade de consolidação dos negócios sociais.

Atualmente, o ensino do empreendedorismo em negócios sociais é baixo em decorrência do desconhecimento do corpo docente das instituições de ensino superior no país sobre estes

tipos de empreendimentos. Também faltam pesquisas mais complexas sobre as tendências e perspectivas desse tipo de empreendimento (JANCHAN *et al.*, 2016).

Diante do contexto apresentado, pode-se afirmar que os negócios sociais promovem a inclusão de minorias de baixa rentabilidade no mercado formal, visando melhorar as condições de vida dessa população e/ou biodiversidade a longo prazo (COMINI, 2016). É nesse contexto que o EPEC se insere com o foco de potencializar o espírito empreendedor de comunidades com reduzido nível de oportunidades, buscando fortalecer os negócios sociais locais com a valorização das vocações regionais.

O ESCRITÓRIO DE PROJETOS COMO AGENTE DE MUDANÇA SOCIAL E ECONÔMICA

O cenário do ensino superior brasileiro inova ao oferecer aos estudantes a oportunidade de desenvolverem e aplicarem seus conhecimentos antes mesmo de concluírem seus estudos. A extensão universitária é um grande exemplo das mudanças ocorridas neste âmbito acadêmico, correspondendo a um processo educativo e científico, com um conhecimento diferenciado, o qual transforma a sociedade e a universidade, relacionando experiências acadêmicas e populares, utilizando a teoria e pondo-a em prática (SERRANO, 2010). Como via de mão dupla, a extensão propicia o relacionamento entre a universidade e a sociedade, articulando o ensino e a pesquisa (RENEX, 1999).

A extensão possui três características principais (ROCHA, 2006): polissêmica, por possuir mais de um sentido; controversa, pois pode ser colocada em discussão e debate; e estruturante, pois, a partir do saber social, a universidade e a sociedade se relacionam. Além disso, o Plano Nacional de Extensão (2000) indica quatro orientações acerca da extensão universitária (CORREIA, 2007), a saber: interação dialogal; irredutibilidade entre ensino, pesquisa e extensão; impacto e transformação; interdisciplinaridade entre os modelos e conceitos.

Através da extensão universitária, o EPEC realiza suas atividades com uma equipe de alunos, tanto bolsistas quanto voluntários, professores e colaboradores. Nessa interação, primeiro os discentes passam por um processo de capacitações a fim de entenderem as dinâmicas das comunidades e também de como deverão proceder (Figura 1).

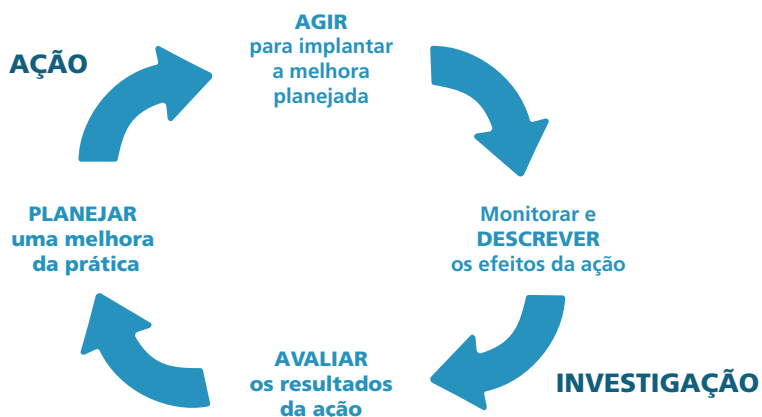
A metodologia de atuação do EPEC baseia-se na pesquisa-ação, forma de abordagem que parte do princípio de que os desafios socioeconômicos e ambientais demandam novos métodos de investigação, capazes de compreender a complexidade socioambiental (THIOLLENT; SILVA, 2007), possibilitando o entendimento das reais características das comunidades analisadas (MUTIMUKURU-MARAVANYIKA *et al.*, 2016). Segue-se um ciclo no qual ocorre oscilação sistemática entre agir na prática e investigar a respeito dela (Figura 2). “Planeja-se, implementa-se, descreve-se e avalia-se uma mudança [...], aprendendo mais, no correr do processo, tanto a respeito da prática quanto da própria investigação” (TRIPP, 2005, p. 446).

Figura 1 – Discentes do EPEC sendo capacitados para atuarem na elaboração e execução de projetos socioeconômicos



Fonte: Acervo do EPEC.

Figura 2 - Demonstração dos ciclos básicos da pesquisa-ação utilizadas pelo EPEC



Fonte: Tripp (2005).

A pesquisa-ação surgiu como uma nova proposta metodológica dentro de um contexto caracterizado por várias preocupações teóricas e práticas que incidem na busca de novas formas de intervenção e investigação (BALDISSERA, 2001), correspondendo a um instrumento para compreender a prática, avaliá-la e questioná-la, exigindo, assim, formas de ação e tomada de decisões (ABDALLA, 2005), com foco de provocar mudança social (ABRAHAM; PURKAYASTHA, 2012). Suas características são situacionais, uma vez que busca diagnosticar um problema específico numa situação específica, com vistas a alcançar algum resultado prático (NICTER, 1984; NOVAES; GIL, 2009).

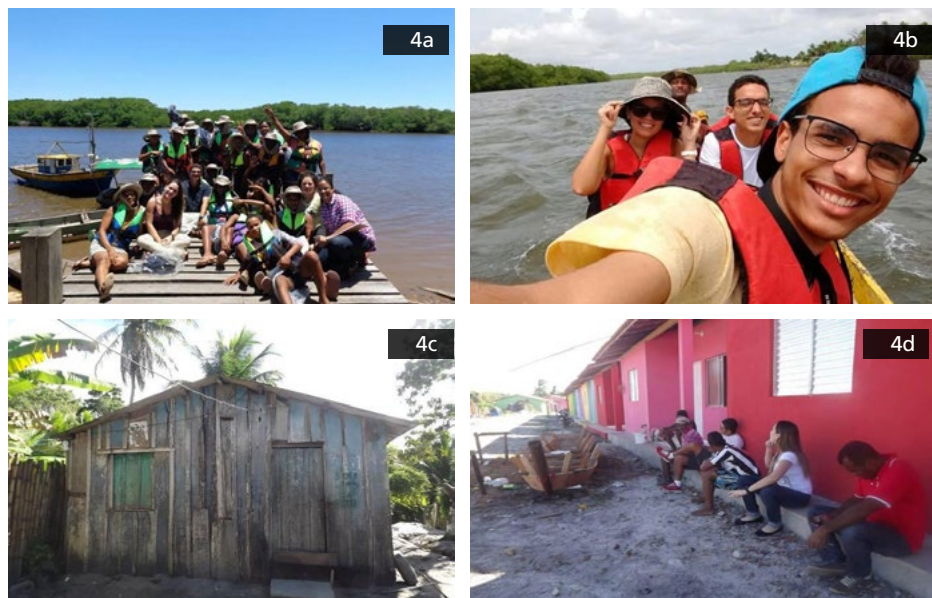
Centrados nos pressupostos da pesquisa-ação, os discentes orientados por docentes realizam (Figura 3): (i) diagnósticos participativos para entendimento da realidade de cada comunidade a ser atendida; (ii) sistematização dos resultados e discussão novamente com as comunidades; (iii) elaboração de projetos visando a captação de recursos; (iv) quando os projetos são aprovados, execução das atividades; (v) investigações sobre as atividades realizadas (dificuldades e sucessos); (vi) apresentação em eventos técnicos e científicos com o foco de disseminação das ações realizadas.

Figura 3 – Diagnósticos realizados pela equipe do EPEC em comunidades locais (a e b), estrutura de corte e costura (c) e centro de beneficiamento do pescado (d) montados com recursos captados mediante projetos elaborados.



Fonte: Acervo do EPEC.

Figura 4 – Discentes em ações de capacitação de pescadoras (a), avaliação das características ambientais para elaboração de projetos de turismo de base comunitária (b) e acompanhamento do projeto de construção de casas para pescadores (d) visando substituir as moradias anteriores (c).



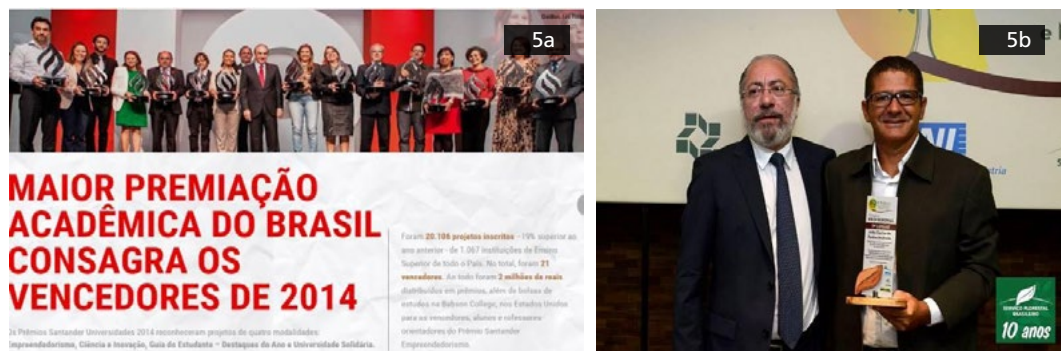
Fonte: Acervo do EPEC.

O projeto de casas populares culminou na construção de 70 imóveis (Figura 4d), visando substituir as moradias de madeira (Figura 4c). Com a participação de diversos atores, o EPEC foi o protagonista que possibilitou a união da iniciativa privada, setor público e interesse dos pescadores na execução do projeto, demonstrando que o empreendedorismo social possibilita a interação de diversos agentes em prol de um bem comum.

De forma específica, o EPEC, através de recursos oriundos dos projetos elaborados, tem promovido a criação de unidades de corte e costura; centros de beneficiamentos dos pescados; cozinhas multiuso para que os agricultores familiares possam preparar diversos alimentos e, conseqüentemente, agregar valor aos produtos; embarcações e fábrica de gelo para os pescadores; planos de negócios com o intuito de fortalecer as dinâmicas produtivas; construção de moradias para pescadores; e ações de apoio a empreendimentos econômicos e solidários. Essas atividades são acompanhadas de capacitações, nas quais os discentes têm um campo prático para exercitar as teorias adquiridas, visando fortalecer o espírito empreendedor dos participantes (Figura 4).

Como reconhecimento dos trabalhos realizados, o EPEC foi contemplado com os seguintes prêmios: Prêmio Santander Universidade Solidária 2014 e o III Prêmio Serviço Florestal Brasileiro em Estudos de Economia e Mercado Florestal (Figura 5), ambos resultantes de pesquisa e extensão do EPEC.

Figura 5 – Recebimento do Prêmio Santander Universidade Solidária em outubro de 2014 em São Paulo (a) e o Prêmio do Serviço Florestal Brasileiro em Brasília, março de 2016 (b).



Fonte: Acervo do EPEC

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados do EPEC permitem afirmar que o fomento ao empreendedorismo e aos negócios sociais constitui-se de estratégias cruciais na emancipação de atores. Ao buscar inserir a dinâmica empreendedora, o EPEC gera retornos para as comunidades através da geração de renda e da elevação da autoestima. Outra vertente relevante entre os resultados obtidos na atuação do EPEC é a melhoria da formação dos discentes, já que proporciona, através da participação em projetos e contato direto com empreendimentos e comunidades locais, a relação das teorias com a realidade da dinâmica local das comunidades.

A formação dos docentes participantes também é aperfeiçoada com a atuação direta junto às demandas regionais. É possível observar maior utilização de casos regionais nas disciplinas lecionadas nos cursos de graduação e pós-graduação, assim como aumento de publicações científicas e projetos de pesquisa que englobam as problemáticas e discussões teóricas e empíricas referentes ao contexto das comunidades alvo e do entorno de onde o EPEC atua.

A atuação com comunidades tem como destaque a extensão universitária como meio de levar os conhecimentos acumulados nos centros de ensino para os atores locais. Esses centros têm capilaridades na captação de recursos e na capacidade de propor melhorias socioeconômicas. Assim, o foco no fomento ao empreendedorismo e negócios sociais no contexto das comunidades participantes, tende a proporcionar conhecimento para a maior autonomia das pessoas, principalmente dos jovens e mulheres. Busca-se não limitar a prática da extensão universitária como atividade assistencialista, mas, sim, como atividade impulsionadora de mudanças, principalmente com relação à melhoria da renda e qualidade de vida das populações.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Estadual de Santa Cruz; ao Programa Santander Universidade Solidária; à AlfaSol; à Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado da Bahia; às comunidades participantes dos projetos do EPEC.

NOTA

1 Submetido à RIGS em: jan. 2018. Aceito para publicação em: abr. 2018.

REFERÊNCIAS

ABDALLA, M. F. B. A pesquisa-ação como instrumento de análise e avaliação da prática docente. *Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação*, v. 13, n. 48, p. 383-400, 2005.

ABRAHAM, M.; PURKAYASTHA; B. Making a difference: Linking research and action in practice, pedagogy, and policy for social justice: Introduction. *Current Sociology*, v. 60, n. 2, p. 123-141, 2012.

BALDISSERA, A. Pesquisa-ação: uma metodologia do “conhecer” e do “agir” coletivo. *Sociedade em Debate, Pelotas*, v. 7, n. 2, p. 5-25, 2001.

BARKI, E. Negócios de Impacto: tendência ou modismo? *GVexecutivo*, v. 14, n. 1, p. 14-17, 2015.

BORZAGA, C.; DEPEDRI, S.; GALERA, G. (2012) Interpreting social enterprises. *Revista de Administração*, v.47, n. 3, p. 398-409, 2012.

BOSZCZOWSKI, A. K.; TEIXEIRA, R. M. O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. *Revista Economia e Gestão PUC Minas*, v. 12, n. 29. 2002.

COMINI, G. M. Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras. Tese (Livre-Docência) – Universidade de São Paulo, 2016. Disponível em: <http://textbr.123dok.com/document/z3d140dy-negocios-sociais-e-inovacao-social-um-retrato-de-experiencias-brasileiras.html>. Acesso em: 10 de Jun. 2017.

CORRÊA, E. J. Extensão Universitária: organização e sistematização. Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras. *Extensão Universitária. Anais Forproex*. Belo Horizonte: Coopmed, 2007. Disponível em: http://www.proec.ufpr.br/downloads/extensao/2011/legislacao_normas_documentos/extensao%20universitaria%20forproex%20organizacao%20e%20sistematizacao.pdf. Acesso em: 12 de Jun. 2017.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 3ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. Empreendedorismo. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

JANCHAN, A. L.; COMINI, G. M.; DAMÁRIO, E. Q. (2016). Negócios sociais: a percepção, a consciência e o grau de interesse pelo tema para os alunos de graduação em administração. *Administração: Ensino e Pesquisa*, v. 17, n. 3, p. 537-566, 2016.

KUHN, D.M.L. (2013). O negócio social como preservação da dignidade da pessoa humana. Monografia (Especialização) – Instituto Brasiliense de Direito Público, Brasília 2013. Disponível em: <http://dspace.idp.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/1181?show=full>. Acesso em: 10 de Jun. 2017.

MUTIMUKURU-MARAVANYIKA, T. *et al.* Enhancing women's participation in decision-making in artisanal fisheries in the Anlo Beach fishing community, Ghana. *Water Resources and Rural Development*, v. 4, n. 1, 2016.

NICHTER, M. Project community diagnosis: Participatory research as a first step toward community involvement in primary health care. *Social Science & Medicine*, v. 19, n. 3, p. 237-252, 1984.

NOVAES, M. B. C.; GIL, A. C. A pesquisa-ação participante como estratégia metodológica para o estudo do empreendedorismo social em administração de empresas. *RAM - Revista de Administração Mackenzie*, v. 10, n. 1, p. 134-160, 2009.

OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectiva de desafios – notas introdutórias. *Revista da FAE*, v. 7, n. 2, p. 9-18, 2004.

PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Modelo de negócios com impacto social. *Revista de Administração de Empresas*, v. 56, n. 2, p. 209-225, 2016.

RODRÍGUEZ, A.; OJEDA, E. La innovación en los emprendimientos sociales: una tipología. *Debates Iesa*, v. 20, n. 4, 2015.

QUINTÃO, C. Empreendedorismo social e oportunidade de construção no próprio emprego. Seminário “Trabalho social e mercado de emprego”, Universidade Fernando Pessoa, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais. Porto, 2004. Disponível em: http://www.isociologia.pt/App_Files/Documents/working4_101019094043.pdf. Acesso em: 08 de Jun. 2017.

RENEX - Rede Nacional de Extensão. Relatório final do Grupo Técnico Sistema de Dados e Informações. Fórum de pró-reitores de extensão das universidades públicas brasileiras. Brasília. SESU/MEC, 1999. Disponível em: <http://www.renex.org.br/documentos/Colecao-Extensao-Universitaria/01-Plano-Nacional-Extensao/Plano-nacional-de-extensao-universitaria-editado.pdf>. Acesso em: 15 de Jun. 2017.

ROCHA, J. C. Reinvenção Solidária e Participativa da Universidade – Um Estudo de Caso Múltiplo sobre Rede de Extensão Universitária no Brasil. 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/10189/1/Rocha,%20Jose%20Claudio.pdf>. Acesso em:

16 de Jun. 2017.

ROSOLEN, T. TISCOSKI, G. P; COMINI, G. M. Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: um estudo bibliométrico da publicação nacional e internacional. Revista Interdisciplinar de Gestão Social, Salvador, v. 3, n. 1, p. 85-105, 2014.

SERRANO, R. S. M. Conceitos de extensão universitária: um diálogo com Paulo Freire. UFPB. Conceitos de Extensão Universitária. 2010. Disponível em: http://www.prac.ufpb.br/copac/extelar/atividades/discussao/artigos/conceitos_de_extensao_universitaria.pdf. Acesso em: 20 de Jun. 2017.

THIOLLENT, M.; SILVA, G. D. O. The Use of Action Research in the Management of Environmental Problems. Reciiis - Electronic Journal of Communication, Information & Innovation in Health, v. 1, n. 1, p. 91-98, 2007.

TRIPP, D. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. Educação e Pesquisa, v. 31, n. 3, p. 443-466, 2005.

YUNUS, M. Criando um negócio social - Como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

_____. Um mundo sem pobreza: a empresa social e o futuro do capitalismo. São Paulo. Ática, 2008.

_____; MOINGEON, B.; LEHMANN-ORTEGA, L. Building social business models: Lessons from the Grameen experience. Long Range Planning, v. 43, n. 2-3, p. 308-325, 2010.

**João Carlos
de Pádua
Andrade**

Professor adjunto do Departamento de Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Santa Cruz – Ilhéus – Bahia – Brasil. Coordenador do EPEC UESC.

**Clara Campos
e Campos**

Graduada em Engenharia de Produção – Universidade Estadual de Santa Cruz.

**Jaiele de Jesus
dos Santos**

Graduada em Ciências Econômicas – Universidade Estadual de Santa Cruz.

**Renato de
Oliveira Rosa**

Graduado em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Aluno do Mestrado em Administração ESAN UFMS, Pesquisador na área de negócios com foco em empresas sociais.

**Katianny
Gomes
Santana
Estival**

Professora adjunta do Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis da Universidade Estadual de Santa Cruz. Professora pesquisadora integrante do EPEC UESC.