

<http://dx.doi.org/10.48099/1982-2537/2021v15n1p4155>

**Existem semelhanças entre as características do empreendedor social e do empreendedor privado?\***

*Are there similarities between the characteristics of the social and the private entrepreneur?*

***Alexandre Farias Albuquerque***

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

[afaufms@gmail.com](mailto:afaufms@gmail.com)

***Guilherme Antonio Campos***

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

[guilhermec@gmail.com](mailto:guilhermec@gmail.com)

***Marçal Rogério Rizzo***

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

[marcalprofessor@yahoo.com.br](mailto:marcalprofessor@yahoo.com.br)

***Nelson Yokoyama***

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

[yokoyama.ufms@gmail.com](mailto:yokoyama.ufms@gmail.com)

***Marco Aurélio Batista de Sousa***

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

[mcb Sousa7@hotmail.com](mailto:mcb Sousa7@hotmail.com)

**RESUMO**

Este trabalho tem por objetivo identificar e comparar as características do empreendedor social e do empreendedor privado. Trata-se de um estudo teórico e descritivo, o qual se utilizou da pesquisa tipo bibliográfica, realizada a partir de material já publicado, principalmente em artigos científicos que tratam sobre este assunto, além de comentar a respeito do conceito de empreendedorismo; empreendedorismo privado e responsabilidade social e empreendedorismo social. Sendo assim, por meio das observações destes materiais, foi possível identificar no final que tanto os empreendedores denominados sociais quanto os nomeados de empreendedores privados possui características semelhantes. No que se refere às características do empreendedor social, as mais citadas foram: a inovação, a identificação e a busca de oportunidades e o poder de persuasão e a rede de contatos. Em relação ao empreendedor privado foi possível identificar que eles procuram correr riscos calculados, se destacar na liderança de seus negócios e serem persistentes para alcançar seus objetivos.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo privado. Empreendedorismo social. Características empreendedoras.

---

\* Recebido em 28 de Dezembro de 2018, aprovado em 24 de Fevereiro de 2021, publicado em 22 de Junho de 2021.

## ABSTRACT

This work aims to identify and compare the characteristics of the social and the private entrepreneur. This is a theoretical and descriptive study, which used bibliographic research, carried out from already published materials, mainly in scientific articles dealing with this subject, besides commenting on the concept of entrepreneurship; entrepreneurship and social responsibility and social entrepreneurship. Thus, through the observations of these materials, it was possible to identify at the end that the entrepreneurs named social as those named private entrepreneurs have similar characteristics. Regarding the characteristics of the social entrepreneur, the most cited were: innovation, identification and the search for opportunities and the power of persuasion and the network of contacts. In relation to the private entrepreneur it was possible to identify that they seek to take calculated risks, stand out in the leadership of their business and be persistent to achieve their goals.

**Keywords:** Private entrepreneurship. Social entrepreneurship. Entrepreneurial characteristics.

## 1 INTRODUÇÃO

Vários estudiosos (OLIVEIRA, 2004a; SILVA, 2013; LEAL; FREITAS; SANTOS, 2014; MESQUITA, 2016) têm cada vez mais pesquisado a atividade empreendedora social, reconhecendo-a como um dos principais tipos de empreendedorismo existentes, dada à sua importante contribuição na busca por soluções sustentáveis para criação de valores sociais. Contudo, pelo fato de que ainda não há um consenso com relação ao seu significado (HARDING, 2004; WEERAWARDENA; MORT, 2006), é comum o empreendedorismo social ser incorretamente associado a toda e qualquer prática de ação social realizada tanto por empresas comerciais (SILVA, 2009), como por organizações não governamentais – ONGs (WEERAWARDENA; MORT, 2006).

Embora existam diferenças significativas entre a atividade empreendedora social, a responsabilidade social empresarial e o empreendedorismo privado (OLIVEIRA, 2004b), muitos autores tem verificado que há muitas semelhanças entre as características do empreendedor social e do empreendedor privado (WEERAWARDENA; CARNEGIE, 2003; ROBERTS; WOODS, 2005; ELKINGTON; HARTIGAN, 2008; SILVA, 2009).

Nesse sentido, através de uma revisão bibliográfica, este artigo pretende explorar a temática empreendedorismo social *versus* empreendedorismo privado, com o objetivo de tornar mais claro suas principais semelhanças, principalmente no aspecto comportamental, através da identificação das características do empreendedor mais citadas na literatura. Com isso, espera-se ter respostas à seguinte questão: Será que as características do empreendedor social são semelhantes às do empreendedor privado?

Presume-se que essas respostas podem esclarecer aspectos úteis acerca do comportamento do empreendedor social, além de contribuir com a pesquisa literária sobre o tema.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1 Conceito de empreendedorismo

Conforme já amplamente percorrido na literatura especializada, não há um consenso para definição do termo Empreendedorismo. A diferença de entendimento sobre o tema se deve ao fato de que os “pesquisadores tendem a perceber e definir empreendedores usando premissas de suas próprias disciplinas” (FILION, 1999, p. 6). Segundo Mesquita (2016), há três aspectos que são abordados pela literatura especializada no que se refere ao empreendedorismo: (i)

econômico, que tem como um dos principais autores Schumpeter (1982); (ii) comportamentalista/humanista, cujos principais autores são McClelland (1972), Fillion (1999) e Dolabela (1999, 2003); e (iii) processual (BARON; SHANE, 2011). Porém, para Souza e Guimarães (2006), os enfoques que são mais abordados no campo científico, são o econômico e o comportamental.

De um modo geral, os pensadores do enfoque econômico associam o empreendedorismo à inovação, enquanto que os comportamentalistas focam nas características individuais dos empreendedores (SOUZA; GUIMARÃES, 2006). Este artigo, portanto, trilhará a linha comportamentalista do empreendedorismo, pois versará sobre as características dos empreendedores, fazendo-se uma análise comparativa entre os empreendedores privados e os empreendedores sociais.

Aliás, com relação ao termo “empreendedor privado”, verificou-se na literatura pesquisada que, quando utilizado em comparação com o empreendedor social, não há um padrão de utilização para o termo, variando desde “empreendedor privado” (FEGGER et al., 2008), “empreendedor de negócio” ou “tradicional” (CRUZ, 2012) até “empreendedor convencional” (ROSSONI et al., 2007). Neste artigo, optou-se pela terminologia “empreendedor privado”.

## **2.2 Empreendedorismo Privado, Responsabilidade Social e Empreendedorismo Social**

Segundo Leal, Freitas e Santos (2014), há dois tipos de empreendedorismo: comercial (privado) e social. O empreendedorismo privado tem como objetivo a geração de riqueza, o que está estritamente alinhado com a missão dos empreendimentos privados (BRANDENBURGER; STUART, 1996). Já o empreendedorismo social tem como meta principal alterar a realidade social, seja pela existência de uma missão ou pela percepção de barreiras de entrada para o acesso a determinados mercados sociais (CORNER; HO, 2010).

Para Silva (2013), o ato de empreender exerce influência em múltiplas áreas da economia e da sociedade, originando, assim, diferentes tipos de empreendedorismo, dentre os quais destacam-se: (i) o intraempreendedorismo, praticado por colaboradores de organizações que já existem, que se utilizam de seus talentos empreendedores para a melhoria dos processos; (ii) o empreendedorismo de base tecnológica, que tem por objetivo utilizar a tecnologia para criação de valor; e (iii) o empreendedorismo social, que busca produzir impacto social em larga escala, através de práticas inovadoras (SILVA, 2013).

Observa-se que é ponto comum na literatura reconhecer a atividade empreendedora social como um dos principais tipos de empreendedorismo existentes, porém, ainda não há consenso com relação ao seu significado (HARDING, 2004; WEERAWARDENA; MORT, 2006). A ausência de um entendimento uniforme sobre o que é empreendedorismo social pode levar ao cometimento de erros comuns como confundi-lo com a responsabilidade social empresarial (SILVA, 2009), ou, ainda, associá-lo a todo tipo de organização não governamental sem fins lucrativos (WEERAWARDENA; MORT, 2006).

No Quadro 1, Oliveira (2004b) apresenta um comparativo entre o empreendedorismo privado, a responsabilidade social empresarial e o empreendedorismo social.

### Quadro 1 - Empreendedorismo privado, responsabilidade social empresarial e empreendedorismo social

EMPREENDEADORISMO PRIVADO	RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL	EMPREENDEADORISMO SOCIAL
É individual	É individual com possíveis parcerias	É coletivo e integrado
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para si e para a comunidade	Produz bens e serviços para a comunidade local e global
Tem o foco no mercado	Tem o foco no mercado e atende à comunidade conforme sua missão	Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais e necessidades da comunidade
Sua medida de desempenho é o lucro	Sua medida de desempenho é o retorno aos envolvidos no processo <i>stakeholders</i>	Sua medida de desempenho é a transformação social
Visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negócio	Visa a agregar valor estratégico ao negócio e a atender expectativas do mercado e da percepção da sociedade / consumidores	Visa a resgatar pessoas da situação de risco social e a promovê-las, e a gerar capital social, inclusão e emancipação social

Fonte: Oliveira (2004a, apud Melo Neto e Froes, 2004b, p. 13).

### 2.3 Características dos empreendedores

Empreendedores, na visão de Mori et al. (1998, p. 39), “trabalham individual e coletivamente inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção), para extrair os melhores benefícios de suas inovações em um meio incerto”. Para Dornelas (2003), empreendedores são pessoas com características especiais, visionárias, que têm uma motivação singular e querem fazer a diferença.

Embora não haja apenas um tipo de empreendedor ou um modelo-padrão identificado (FILION, 1999; DORNELAS, 2015), Dolabela (1999) observou em seu estudo que existe características que são comuns entre os empreendedores. O psicólogo americano David McClelland (1972) define dez características comportamentais como sendo comuns aos empreendedores de sucesso: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de Metas, planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e rede de contatos e independência e autoconfiança.

Para Mort, Weerawardena e Carnegie (2003); Elkington e Hartigan (2008), nota-se nos empreendedores sociais as mesmas características dos empreendedores privados, tais como a capacidade de inovar, a tolerância a riscos e proatividade. Segundo Silva (2009, p. 20), “há um consenso entre os estudiosos de que, o empreendedor social apresenta características semelhantes a dos empreendedores empresariais”. Roberts e Woods (2005), compartilham do mesmo entendimento de que há semelhanças nos atributos e talentos dos empreendedores sociais e privados.

## 3 METODOLOGIA

Este artigo é um trabalho teórico escrito a partir da revisão, sistematização e análise de informações já publicadas sobre o tema “características do empreendedor privado e social”. De acordo com o objetivo, este estudo pode ser considerado de natureza exploratória, pois tem o propósito de aumentar o conhecimento sobre o tema, tornando-o mais claro e proporcionando novas oportunidades de pesquisa. Caracteriza-se também como uma pesquisa bibliográfica, elaborado a partir de material já publicado, principalmente, de artigos de periódicos (SILVA;

MENEZES, 2005).

A sistemática adotada para a realização da pesquisa é detalhada a seguir. Primeiramente foi realizada uma pesquisa de artigos publicados no último Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – IX EGEPE – utilizando-se a palavra-chave empreendedorismo social. Em seguida, buscou-se artigos de forma aleatória no *Google Scholar* e no *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL), através das palavras-chaves características do empreendedor social, empreendedor social, empreendedorismo social, características do dirigente, características do empreendedor. Foram selecionados 31 (trinta e um) artigos pelo título e resumo, focando-se naqueles que tratavam dos aspectos comportamentais do empreendedorismo ou que, de alguma forma, promoviam comparações entre as atividades empreendedoras social e privado.

Com o intuito de ampliar as fontes bibliográficas pesquisadas, foram selecionados 3 (três) artigos, entre as bibliografias das disciplinas Empreendedorismo Social e Administração de Pequenas Empresas cursadas por um dos autores do artigo no curso de graduação em Administração de uma universidade federal brasileira. Após exame das referências bibliográficas dos três artigos selecionados, principalmente aquelas que se referiam às características dos empreendedores, foram selecionadas mais 16 (dezesesseis) publicações, as quais foram localizadas, principalmente, através do *Google Scholar* e *Spell*.

Das 50 publicações selecionadas (31+3+16), foram destacados os conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo privado e empreendedorismo social, as características do empreendedor privado e social. Foi criado um banco de dados com o auxílio do Microsoft Excel, relacionando os trechos destacados e os respectivos autores. Com base nesses dados, foi possível elaborar os quadros 2 a 6 deste artigo e realizar as análises comparativas entre as características do empreendedor privado e do empreendedor social.

A fim de facilitar a visualização das informações coletadas a partir da revisão da literatura, optou-se pela elaboração de quadros que sistematizam os assuntos pesquisados. O quadro 2 exibe as fontes do tema empreendedorismo privado e o quadro 3 as fontes do tema empreendedorismo social, em ordem cronológica e, em segundo critério, ordem alfabética, para composição dos demais quadros.

#### Quadro 2 - Fontes bibliográficas do tema empreendedorismo privado

1	McClelland (1972)	14	Carland (2001 apud Lengler, 2008)
2	Timmons (1978)	15	Feger (2004)
3	Hornaday (1982)	16	Rogoff, Lee e Suh (2004)
4	Schumpeter (1982)	17	Machado e Espinha (2005)
5	Druker (1986)	18	Roberts e Woods (2005)
6	Duchesneau e Gartner (1990)	19	Mizumoto et al. (2008)
7	Farrel (1993)	20	Gerolim, Albuquerque e Verga (2010)
8	Pereira e Santos (1995)	21	Albuquerque e Escrivão Filho (2012a)
9	Adizes (1997)	22	Hisrich, Peters e Sheperd (2014)
10	Dolabela (1999)	23	Sebrae (2014)
11	Filion (1999)	24	Dornelas (2016)
12	Greatti e Senhorini (2000)	25	Mesquita (2016)
13	Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000)		

Fonte: Elaborado pelos autores.

Após, a apresentação das fontes bibliográficas referente ao tema empreendedorismo privado, destacam-se na sequência as fontes bibliográficas pertinentes ao tema empreendedorismo social, as quais foram passíveis de observação.

**Quadro 3 - Fontes bibliográficas do tema empreendedorismo social**

1	Leadbeater (1997)	14	Roberts e Woods (2005)
2	Dees (1998)	15	Dees e Anderson (2006)
3	Thalhuber (1998 apud Oliveira, 2004a)	16	Grenier (2006)
4	Brickerhoff (2000)	17	Lowe e Marriot (2006)
5	Thompson, Alvy e Lees (2000)	18	Nicholls (2006)
6	Bornstein (2006)	19	Weerawardena e Mort (2006)
7	Ashoka e Mckinsey (2001)	20	Elkington e Hartigan (2008)
8	Berry (2001 apud Oliveira, 2004a)	21	Yunus (2008)
9	Melo Neto e Froes (2002)	22	Bessant e Tidd (2009)
10	Mort et al. (2003)	23	Silva (2009)
11	Barendsen e Gardner (2004)	24	Zahra et al. (2009)
12	Feger (2004)	25	Sarkar (2010)
13	Oliveira (2004a)		

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Posteriormente, a estas identificações, apresentam-se na sequencia os resultados pertinentes aos achados correspondentes às características destes tipos de empreendedores.

**4 RESULTADOS**

Dolabela (1999) observou em seu estudo que existe características que são comuns entre os empreendedores, embora os fatores que levam uma empresa ao sucesso não estejam relacionados apenas às características do dirigente, mas também à organização e ao ambiente (MACHADO; ESPINHA, 2005). A seguir, são apresentadas as características dos empreendedores mais citadas na literatura pesquisada.

**4.1 Empreendedor privado**

Dentre os autores listados no quadro 2, foram citadas trinta e quatro características do empreendedor privado. As nove mais citadas constam no quadro 4.

**Quadro 4 - As 9 características mais citadas na literatura referente ao empreendedor privado**

<b>Características do empreendedor privado</b>	<b>Total de citações</b>	<b>Fontes bibliográficas (quadro 2)</b>
Corre riscos calculados	15	1, 2, 3, 4, 5, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 21, 22, 23, 24
Líder	10	1, 2, 3, 4, 5, 8, 10, 13, 22, 24
Persistente para alcançar objetivos	10	1, 8, 12, 15, 17, 19, 20, 21, 22, 23
Inovador	9	1, 3, 4, 5, 11, 13, 14, 18, 22
Tem iniciativa (proativo)	9	1, 4, 8, 15, 17, 19, 21, 23, 25
Identifica e busca oportunidades	9	1, 4, 5, 11, 13, 15, 18, 23, 25
Tem capacidade de realização (autoconfiança)	8	1, 6, 8, 12, 14, 15, 17, 20
Criativo	7	1, 3, 8, 11, 14, 17, 21
Tem dedicação em tempo integral	5	11, 16, 17, 21, 24

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

A característica dos empreendedores privados mais citada pelos autores pesquisados é a de correr riscos calculados (15 citações). Quando as possibilidades de sucesso são maiores que as de fracasso, mediante um cálculo prévio minucioso, o empreendedor assume o risco (GEROLIM; ALBUQUERQUE; VERGA, 2010). A disposição para correr riscos calculados é uma das características comportamentais empreendedoras de McClelland (1972), um dos principais autores do assunto. Para ele, essa característica corresponde às ações para mitigar os riscos ou controlar os resultados dessas ações.

A liderança foi à segunda característica do empreendedor mais citada (10 citações). Para Pereira e Santos (1995), o empreendedor tem espírito de liderança para conduzir e orientar equipes. Segundo Filion (1999, p. 10), a liderança existe e se desenvolve a partir do momento em que a pessoa que está em posição de liderança exerce “certa influência sobre as outras pessoas para que as coisas ocorram como desejado”.

Persistência para alcançar os objetivos (10 citações), é uma característica que requer que o dirigente esteja comprometido com os objetivos estabelecidos (ALBUQUERQUE; ESCRIVÃO FILHO, 2012a). Com essa característica, o empreendedor supera obstáculos, enfrenta desafios, se responsabilizando pessoalmente pela consecução dos objetivos (FEGGER, 2004; MCCLELAND, 1972).

Principal característica dos empreendedores para os economistas representados por Schumpeter (1982), a inovação (9 citações) ficou em quarto lugar dentre as características do empreendedor privado mais citadas. “Os empreendedores são agentes de mudanças; fazem coisas novas e diferentes. Só se pode chamar uma pessoa de empreendedor se ela contribuir com algo novo” (FILION, 1999, p. 19).

Ter iniciativa (9 citações) ou ser proativo é procurar antecipar os acontecimentos, preparando a empresa para enfrentar os problemas antes que aconteçam (ALBUQUERQUE; ESCRIVÃO FILHO, 2012b). Para McClelland (1972), é realizar atividades antes de ser solicitado ou forçado pelas circunstâncias, com foco na expansão dos negócios.

A identificação e busca por oportunidades (9 citações) é vista por Dolabela (2008) como um desafio, pois uma oportunidade pode estar camuflada em dados contraditórios, falta de informações ou indicadores inconsistentes. Por isso, para se detectar uma oportunidade, o empreendedor deve desenvolver alto nível de consciência do ambiente em que vive, e esse desenvolvimento requer uma aprendizagem contínua sobre o que está acontecendo no seu ambiente (FILION, 1999).

Ter capacidade de realização, autoconfiança (8 citações) é uma das características do empreendedor privado mais citadas. Para Pereira e Santos (1995), o empreendedor deve estar seguro das próprias ideias e decisões; deve mostra-se confiante na própria capacidade de realizar tarefas difíceis ou enfrentar desafios (MCCLELAND, 1972).

A criatividade (7 citações) é o ponto de partida da inovação (ALBUQUERQUE; ESCRIVÃO FILHO, 2012a). O dirigente deve gerar constantemente ideias para suprir a carência de recursos e conseguir vantagem competitiva (ALBUQUERQUE; ESCRIVÃO FILHO, 2012b). Para Filion (1999), empreendedores são pessoas criativas com imaginação ativa, que se utilizam de sua criatividade para imaginar tanto o cenário no qual construirão seu negócio, como a forma como irão fazer as coisas para transformar sua visão em realidade.

A dedicação em tempo integral (5 citações), a disposição de se abdicar de outras atividades não relacionadas à empresa, é apontada por Albuquerque; Escrivão Filho (2012b) como uma das características do empreendedor privado. Para Filion (1999, p. 15), os empreendedores do tipo *hobbyistas* “dedicam toda a sua energia e o tempo livre aos negócios”.

## 4.2 Empreendedor Social

Dentre os autores listados no quadro 3, foram citadas trinta e três características do empreendedor social. As nove mais citadas constam no quadro 5.

**Quadro 5** - As 9 características mais citadas na literatura referente ao empreendedor social

Características do empreendedor social	Total de citações	Fontes bibliográficas (quadro 3)
Inovador	21	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25
Identifica e busca oportunidades	15	1, 2, 3, 5, 9, 10, 12, 13, 14, 17, 18, 20, 21, 23, 24

Poder de persuasão e rede de contatos	14	1, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 22, 23
Corre riscos calculados	8	4, 10, 12, 13, 17, 19, 20, 22
Criativo	7	3, 6, 7, 8, 9, 13, 20
Líder	6	2, 13, 16, 17, 18, 23
Persistente para alcançar objetivos	5	6, 11, 12, 13, 25
Tem orientação para resultados	5	3, 6, 13, 20, 23
Visionário	5	3, 6, 9, 13, 14

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

A característica do empreendedor social mais citada é a inovação (21 citações). Elkington e Hartigan (2008) destacam que os empreendedores sociais exploram novas ideias para estabelecer um novo produto, um novo serviço, ou uma nova abordagem para um problema social. As ideias e inovações do empreendedor social “não são incorporadas aos produtos e serviços a serem produzidos e prestados. Mas, sobretudo, são adicionados à metodologia utilizada na busca de soluções para os problemas sociais, o objetivo das ações de empreendedorismo” (MELO NETO; FROES, 2002, p. 9).

Os empreendedores sociais identificam e buscam oportunidades (15 citações), isto é, possuem senso de oportunidade (ELKINGTON; HARTIGAN, 2008). Para Oliveira (2004a), a identificação de uma oportunidade para o empreendedor social é a observação de uma necessidade e/ou de um problema local. Dees (1998) afirma que o empreendedor social deve buscar reconhecer e perseguir incansavelmente novas oportunidades para seguir com sua missão social, bem como para criar e sustentar o valor social (ASHOKA; MCKINSE, 2001) e preencher lacunas de provisões (LOWE; MARRIOT, 2006).

O poder de persuasão e rede de contatos (14 citações) foi mencionado por Barendsen e Gardner (2004) que afirmaram que os empreendedores sociais possuem a habilidade de inspirar outras pessoas a trabalharem com eles. Para Feger (2004, p. 11), os empreendedores sociais “adotam estratégias para influenciar as pessoas e obter apoio para alcançar os seus próprios objetivos”. Leadbeater (1997) destaca que as redes de relacionamento permitem resolver problemas sociais que poderiam ser intransponíveis e facilitam na identificação de oportunidades e aquisição de recursos.

A característica correr riscos calculados também foi observada para os empreendedores sociais (8 citações). Segundo Brickerhoff (2000), estes profissionais estão sempre dispostos a correr riscos razoáveis em favor das pessoas que são assistidas pela organização. Os empreendedores sociais demonstram uma determinação tal que acabam assumindo riscos que outros não ousariam correr, mas agem com zelo para medir e monitorar os impactos (ELKINGTON; HARTIGAN, 2008).

A criatividade (7 citações) foi a quinta característica mais citada para o empreendedor social. Segundo Oliveira (2004a), os empreendedores sociais usam a criatividade para construir parcerias, resolver problemas práticos, inovar e diversificar as formas de intervenção no campo social. Para Bornstein (2006, p. 293), o empreendedor social deve “atuar como um tipo de alquimista social: criar novos compostos sociais; reunir ideias, experiências, talentos e recursos de várias pessoas em configurações que a sociedade não está naturalmente predisposta a produzir”.

Com relação à liderança (6 citações), Lowe e Marriot (2006, p. 236) destacam que os empreendedores sociais “são muito hábeis em comunicar sua visão, exibir valores e ideais fortes, estabelecendo uma missão e organizando pessoas em torno dela”. Para Dees (1998), o empreendedor social é uma espécie rara de líder.

A persistência para alcançar objetivos foi citada por 5 autores. Para Sarkar (2010), os empreendedores sociais são ambiciosos e persistentes e enfrentam qualquer problema social, pois sempre encontram uma solução. Bornstein (2006) caracteriza a persistência dos empreendedores sociais como integridade de propósito.

A orientação para resultados (5 citações) é verificada, segundo Elkington e Hartigan (2008), quando o empreendedor social foca, antes de tudo, na criação de valor social e está disposto a compartilhar suas inovações e conhecimento para que outros repliquem. Para Bornstein (2006), devido a esta orientação para resultados, os empreendedores sociais estão sempre dispostos a se corrigir e a dividir os créditos, pois entendem que, quanto mais créditos dividirem, mais gente irá querer ajuda-los.

O empreendedor social visionário (5 citações) é visto por Bornstein (2006) como alguém que enxerga além da ortodoxia dos seus campos de atuação. A característica visionária do empreendedor social também foi observada nos estudos de Melo Neto e Froes (2002), Oliveira (2004a), Roberts e Woods (2005) e Thalhuber (1998 apud Oliveira, 2004a).

## 5 ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE OS EMPREENDEDORES PRIVADO E SOCIAL

Nesta seção, será realizada uma análise da pesquisa bibliográfica realizada, comparando-se as características dos empreendedores comerciais e dos empreendedores sociais.

### 5.1 Características

Foram encontradas um total de 67 características de empreendedores na literatura pesquisada, das quais 34 referem-se a empreendedores privados e 33 a empreendedores sociais. Para permitir a análise comparativa pretendida, foi elaborado o quadro 6 a partir das 9 características mais citadas na literatura pesquisada para os empreendedores sociais, em ordem decrescente das quantidades de citação. Na terceira coluna, foram inseridas as quantidades de citação dos autores do tema empreendedorismo privado para cada característica constante no quadro.

**Quadro 6** - Comparação da quantidade de citações das 9 características do empreendedor social mais citadas

Características do empreendedor social mais citadas	Total de citações Empreendedor social	Total de citações Empreendedor privado
Inovador	21	9
Identifica e busca oportunidades	15	9
Tem poder de persuasão e rede de contatos	14	4
Corre riscos calculados	8	15
Criativo	7	7
Líder	6	10
Persistente para alcançar objetivos	5	10
Tem orientação para resultados	5	2
Visionário	5	3

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Algumas características merecem uma melhor comparação, tais como a inovação, a mais citada pelos autores do empreendedorismo social, que, para Elkington e Hartigan (2008), é explorada pelos empreendedores sociais para estabelecer um novo produto, um novo serviço, ou uma nova abordagem para um problema social. Para a escola economista do empreendedorismo privado, a inovação é a principal característica e, segundo Filion (1999), um indivíduo só é considerado empreendedor se ele contribuir com algo novo.

A identificação e busca de oportunidades para Dees (1998) é fundamental para que o empreendedor social siga com sua missão social, devendo ser reconhecida e perseguida incansavelmente. No âmbito do empreendedorismo privado, Filion (1999) ressalta que, para se detectar uma oportunidade, o empreendedor deve desenvolver alto nível de consciência do

ambiente em que vive.

A característica mais citada para os empreendedores privados foi a de correr riscos calculados. Para os empreendedores sociais, Brickerhoff (2000) afirma que estes profissionais estão sempre dispostos a correr riscos razoáveis em favor das pessoas que são assistidas pela organização. Já para Gerolim, Albuquerque e Verga (2010), os empreendedores privados assumem o risco quando as possibilidades de sucesso são maiores que as de fracasso, mediante um cálculo prévio minucioso.

A liderança foi à segunda característica mais citada para os empreendedores privados, sendo definida por Lowe e Marriot (2006) como a habilidade dos empreendedores sociais de comunicar sua visão, exibir valores e ideais fortes, estabelecer uma missão e organizar pessoas em torno dela. Para Pereira e Santos (1995), o empreendedor privado tem espírito de liderança para conduzir e orientar equipes.

Nota-se que, tanto pela análise comparativa quantitativa do quadro 6, como pela comparação entre as citações das quatro características destacadas acima, existe uma semelhança ou uma complementaridade entre as características dos empreendedores sociais e dos empreendedores privados.

Assim, pode-se ratificar o entendimento de Weerawardena e Carnegie (2003); Mort, e Roberts e Woods (2005); Elkington e Hartigan (2008), quanto à semelhança entre as características dos empreendedores privados e dos empreendedores sociais.

E, por fim, verifica-se que “há um consenso entre os estudiosos de que, o empreendedor social apresenta características semelhantes a dos empreendedores empresariais” (SILVA, 2009, p. 20).

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho, buscou explorar a temática empreendedorismo social, com o objetivo de tornar mais claro suas principais semelhanças, principalmente no aspecto comportamental, através da identificação das características do empreendedor mais citadas na literatura pesquisada.

Deste modo, foi possível verificar que as principais características atribuídas ao empreendedor social mais citadas foram: inovação (21 citações), identificação e busca de oportunidades (15 citações) e poder de persuasão e rede de contatos (14 citações). Já para os empreendedores privados, as mais citadas foram correr riscos calculados (14 citações), liderança (10 citações) e persistência para alcançar objetivos (10 citações). Após a análise comparativa destas características mais citadas para os empreendedores sociais, constatou-se uma semelhança entre esses e os empreendedores privados corroborando as ideias de Mort, Weerawardena e Carnegie (2003); Roberts e Woods (2005); Elkington e Hartigan (2008) e Silva (2009).

Essas respostas visem colaborar com as discussões a respeito destas temáticas, além de evidenciar como já supracitado que as características atribuídas a estes tipos de empreendedores

Por fim, para comparação dos resultados obtidos por esta pesquisa, recomenda-se a realização de estudos empíricos através de levantamentos quantitativos e pesquisas qualitativas entre os empreendedores sociais e outros personagens que exercem atividades sociais, tais como: empreendedores privados que praticam ações de responsabilidade social, dirigentes de organizações da sociedade civil de interesse público (OSCIPs) e/ou de instituições de cunho filantrópico.

## REFERÊNCIAS

- ADIZES, I. A eterna juventude. **HSM Management**, n.4, p.100-103, set-out. 1997.
- ALBUQUERQUE, A. F.; ESCRIVÃO FILHO, E. Mudança na importância dos fatores de mortalidade nos estágios do ciclo de vida da pequena empresa. In: Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, 27., 2012, Salvador. **Anais...** Salvador, 2012a.
- ALBUQUERQUE, A. F.; ESCRIVÃO FILHO, E. Fatores de mortalidade de pequenas empresas. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 7., 2012, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, p. 1797-1815, 2012b.
- ASHOKA, Empreendedores Sociais; MCKINSEY, & Company Inc. **Empreendimentos sociais sustentáveis: como elaborar planos de negócio para organizações sociais**. São Paulo: Petrópolis, 2001.
- BARENDSSEN, L.; GARDNER, H. Is the social entrepreneur a new type of leader? **Leader to Leader**. New York, n. 34, p. 43-50, 2004.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- BORNSTEIN, D. **Como mudar o mundo: empreendedores sociais e o poder das novas ideias**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- BRANDENBURGER, A., STUART, H. W. Value-based business strategy. **Journal of Economics & Management Strategy**, v. 5, n. 1, 5-24, 1996.
- BRINCKERHOFF, P. C. **Social Entrepreneurship: the of mission-based venture development**. New York, USA: Library of Congress, 2000.
- CORNER, P. D.; HO, M. How Opportunities Develop in Social Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, Texas, v. 34, n. 4, p.635-659, 2010.
- CRUZ, G. As duas faces do empreendedorismo social. **Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração**, Natal, v. 5, n. 1, p. 9-20, out. 2012.
- DEES, J. G. **The meaning of social entrepreneurship**. Draft report for the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. California: Stanford University, 1998.
- DEES, J. G.; ANDERSON, B. Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought. **Business**, v. 1 n. 3, p. 39-66, 2006.
- DOLABELA, F. Empresa Emergente de base tecnológica: Condições internas e ambientais de sucesso. In: **IX Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e incubadoras de Empresas**. Porto Alegre, set 1999.
- \_\_\_\_\_. **Empreendedorismo, uma forma de ser: saiba o que são empreendedores individuais**

e coletivos. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2003.

\_\_\_\_\_. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo Corporativo**. São Paulo: Editora Campus, 2003.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. São Paulo. Empreende/Atlas, 2016.

DRUCKER. P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1986.

DUCHESNEAU, D. A.; GARTNER, W. B. A profile of new venture success and failure in an emerging industry. **Journal of Business Venturing**, v.5, n.5, p.297-312, 1990.

ELKINGTON, J.; HARTIGAN, P. **The power of unreasonable people: How social entrepreneurs create markets that change the world**. Boston, Massachusetts: Harvard Business Press, 2008.

FARREL, L. C. **Entrepreneurship: fundamentos das organizações empreendedoras**. São Paulo: Atlas, 1993.

FEGER, J. E. Empreendedores sociais e privados: existem diferenças?. In: Encontro de Administração Pública e Governança, 1., 2004, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004.

FEGER, J. E. et al. Empreendedores sociais e privados: reflexões sobre suas características comportamentais. **Revista Gestão Organizacional**, Chapecó, v. 1, n. 2, p. 102-118, jul. 2008.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios, **RAUSP – Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 34, p. 05-28, Abril/Junho 1999.

GEROLIM, J. K. S.; ALBUQUERQUE, A. F.; VERGA, E. Comportamento empreendedor dos dirigentes de pequenas empresas do setor varejista e de serviços em Três Lagoas - MS. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 6, 2010, Recife. **Anais...** Recife, 2010.

GREATTI, L.; SENHORINI, V. M. Empreendedorismo – Uma Visão Comportamentalista. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 1., 2000, Maringá. **Anais...** Maringá. p. 22-34, 2000.

GRENIER, P. Social Entrepreneurship: Agency in a Globalizing World. In: NICHOLLS, A. (Ed.), **Social entrepreneurship: New paradigms of sustainable social change**. Oxford: Oxford University Press, p. 119–143, 2006.

HARDING, R. Social enterprise: the new economic engine? **Business and Strategy Review**, v. 15, n. 4, p. 39–43, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M.; SHEPERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

HORNADAY, J. A. **Research about living entrepreneurs**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982.

LEADBEATER, C. **The rise of the social entrepreneur**. London: Demos, 1997.

LEAL, A. L. C. A.; FREITAS, A. A. F.; SANTOS, E. S. C. A percepção de oportunidades no contexto do empreendedorismo social. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aquidabã, v. 5, n. 3, p. 236-250, jul-dez. 2014.

LEGLER, L. Uma análise do comportamento empreendedor e do processo decisional de presidentes de associações apícolas no Rio Grande do Sul. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 1, n. 1, p. 153-170, jan. 2008.

LOWE, R.; MARRIOT, S. **Enterprise: entrepreneurship and innovation: Concepts, contexts and commercialization**. Elsevier: Butterworth-Heinemann, 2006.

MACHADO, H. V.; ESPINHA, P. G. Reflexões sobre as dimensões do fracasso e mortalidade de pequenas empresas. **Revista Capital Científico**, v. 3, n. 1, p. 51-64, 2005.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MESQUITA, E. P. **As características do empreendedor nacional: o perfil comportamental de sucesso**. 2016. 114 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - Escola de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2016.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de Estratégia**. Tradução de Nivaldo Montingelli Jr. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MIZUMOTO, F. M. et al. O impacto de capital humano, capital social e práticas gerenciais na sobrevivência de empresas nascentes: um estudo com dados de pequenas empresas no Estado de São Paulo. In: EnANPAD – Encontro Nacional da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. 32. 2008, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro, 2008, p.1-16.

MORI, F. et al. **Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio**. Florianópolis: ENE, 1998.

MORT, G. S.; WEERAWARDENA, J.; CARNEGIE, K. Social entrepreneurship: Towards conceptualization. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v.8, n.1, p. 76–88, 2003.

NICHOLLS, A. Introduction: The meanings of social entrepreneurship. In: NICHOLLS, A. (Ed.), **Social entrepreneurship: New paradigms of sustainable social change**. Oxford: Oxford

University Press, p. 1–35, 2006.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias**. 2004. 538 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) - Faculdade de História, Direito e Serviço Social, Universidade Estadual Paulista, Franca, 2004a.

\_\_\_\_\_. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. **Revista FAE**, Curitiba, v. 7, n. 2, p. 9-18, jul./dez. 2004b.

PEREIRA, H. J.; SANTOS, S. A. **Criando seu próprio negócio**. Brasília: Sebrae, 1995.

ROBERTS, D.; WOODS, C. Changing the world on a shoestring: the concept of social entrepreneurship. **University of Auckland Business Review**. v. 7, n. 1, p. 45-51, 2005.

ROGOFF, E. G.; LEE, M. S.; SUH, D. C. Who done it? Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success. **Journal of Small Business Management**, v. 42, n. 4, p. 364-376, 2004.

ROSSONI, L. et al. Explorando as relações do empreendedorismo de negócios com empreendedorismo social no Brasil. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 13, n. 3, p. 612-633, set. 2007.

SARKAR, S. **Empreendedorismo e inovação**. Lisboa: Escolar Editora. 2010.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1982.

SEBRAE. **Relatório de Gestão do exercício de 2014**. Sebrae Nacional, 2014.

SILVA, A. V. **Como empreendedores sociais constroem e mantêm a sustentabilidade de seus empreendimentos**. 2009. 115 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2009.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. rev. e atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2005.

SILVA, P. M. L. **Empreendedorismo Social, o papel das IPSS: estudo de caso**. 2013. 104 f. Dissertação (Mestrado em Gestão das Organizações, Ramo de Gestão de Empresas) - Instituto Politécnico do Porto, Porto, 2013.

SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. (Orgs.). **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2006.

THOMPSON, J; ALVY, G.; LEES, A. Social entrepreneurship - a new look at the people and the potential. **Management Decision**, v. 38, p. 328–338, 2000.

TIMMONS, J. A. Characteristics and role demands of entrepreneurship. **American Journal of Small Business**, Baltimore, v. 3, n. 1, p. 5-17, 1978.

WEERAWARDENA, J.; MORT, G. S. Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. **Journal of World Business**, v. 41, p. 21-35, 2006.

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

ZAHRA, S. et al. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. **Journal of Business Venturing**, v. 24, p. 519-532, 2009.