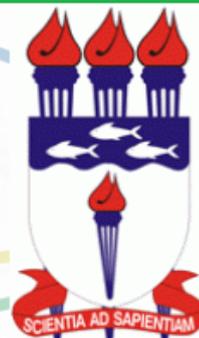




PROFNIT

Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual
e Transferência de Tecnologia para a Inovação
Universidade Federal de Alagoas



DANISSON LUIZ DOS SANTOS REIS

**PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL E DOS NEGÓCIOS
DE IMPACTO SOCIAL: UMA CONTRIBUIÇÃO PARA EXTENSÃO
UNIVERSITÁRIA.**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
Instituto de Química e Biotecnologia
Campus A. C. Simões
Tabuleiro dos Martins
57072-970 - Maceió – AL
www.profnit.org.br

DANISSON LUIZ DOS SANTOS REIS

PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL E DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL: UMA CONTRIBUIÇÃO PARA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA.

Dissertação de mestrado apresentada ao Ponto Focal da Universidade Federal de Alagoas do Mestrado Profissional em Rede Nacional de Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia Para Inovação como requisito para obtenção do grau de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Eliana da Silva Almeida.

MACEIÓ, AL

Abril de 2019

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho

R375p Reis, Danisson Luiz dos Santos.
Promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social: uma contribuição para extensão universitária / Danisson Luiz dos Santos Reis. – 2019.
63 f. : il. color.

Orientadora: Eliana da Silva Almeida.

Dissertação (Mestrado Profissional em Rede Nacional de Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Química e Biotecnologia. Maceió, 2019.

Bibliografia: f. 56-61.

Anexos: f. 62-63.

1. Empreendedorismo social. 2. Extensão universitária. 3. Inovação. I. Título.

CDU: 316.422



PROFNIT

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

INSTITUTO DE QUÍMICA E BIOTECNOLOGIA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO



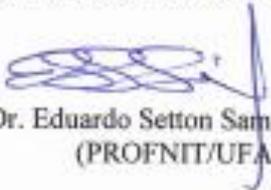
BR 104 Km14, Campus A. C. Simões
Cidade Universitária, Taboão dos Martins
57072-970, Maceió-AL, Brasil
Fone: (32) 3214-1144
Email: profnit.ufal@gmail.com

FOLHA DE APROVAÇÃO

Membros da Comissão Julgadora da Defesa de Dissertação de Mestrado de **DANISSON LUIZ DOS SANTOS REIS**, intitulada: **“PROGRAMA DE PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL E DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL: UMA PROPOSTA PARA A UFAL”**, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação, em 15 de abril de 2019, às 9h, no Auditório do Núcleo de Pesquisa Multidisciplinar da UFAL.

COMISSÃO JULGADORA


Prof. Dra. Eliana Silva de Almeida
(Orientadora – PROFNIT/UFAL)


Prof. Dr. Eduardo Setton Sampaio da Silveira
(PROFNIT/UFAL)


Prof. Dra. Joelma de Oliveira Albuquerque
(PROEX/UFAL)


Prof. Dra. Maria das Graças Ferraz Bezerra
(UEPA).

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a minha família, minha mãe Maria José, meu pai Luiz Antônio e minha irmã Daniciele Stephany, pois sem eles jamais teria chegado até aqui. Eles me ensinaram tudo que eu preciso para poder correr atrás dos meus objetivos: ser paciente, inquieto e determinado, bem como batalharam dia e noite em seus trabalhos para poderem me proporcionar as melhores chances por meio da educação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me dar forças, saúde, coragem e determinação, por sempre me proteger, por nunca deixar faltar meu alimento e por sempre me dar inteligência e discernimento. Agradeço ao Criador por ter me feito uma criança inquieta e destemida.

Agradeço aos meus amigos-irmãos, Andreza, Elton e Laís, por sempre estarem comigo e sempre me incentivarem, e também reforço aqui minha dedicatória a minha família.

Agradeço ao Sistema Sebrae, na figura de Silvia Chamusca, por ter me apresentado ao mundo do empreendedorismo, da inovação e da criatividade, conceitos esses que se tornaram minha bandeira pessoal. Devo a essa instituição o profissional que sou hoje e a minha vinda a Alagoas, proporcionando esse mestrado e um amadurecimento pessoal ímpar.

Agradeço a todos os meus amigos em Alagoas, na figura de Débora Lima, pois sem eles a vida aqui seria solitária e vazia, são eles que me alegam todos os dias e são eles que ajudam em meu crescimento pessoal.

Por último, e não menos importante, agradeço a minha orientadora Eliana Almeida que fez de tudo para que esse trabalho seja o mais plausível possível, além de me guiar brilhantemente através dessa jornada.

RESUMO

O discente do século XXI demonstra um certo entendimento e percebe a necessidade da existência de conexões que sejam oferecidas pelas instituições de ensino superior entre o mercado de trabalho e a academia, como apontado em alguns estudos publicados. O conceito de Universidade está ligado a indissociabilidade do ensino, pesquisa e extensão, e esta última pode configurar uma resposta para integrar a academia com as reais necessidades da sociedade, além de permitir a promoção de aspectos da nova economia, quando se considera questões sociais, exigindo um comportamento empreendedor inovador mediante os negócios de impacto social. Dessa maneira, o objetivo desse trabalho é investigar como o empreendedorismo social e os negócios de impacto social são promovidos na extensão da Universidade Federal de Alagoas, construindo uma proposta para o fortalecimento desses conteúdos por meio da própria extensão universitária. Para esse fim, foi realizado uma pesquisa exploratória e bibliográfica, a fim de levantar a situação atual e traçar propositivas de futuro. Como resultado, é apresentado um plano de ação no formato de um programa para a promoção do empreendedorismo social e negócios de impacto social na UFAL.

Palavras Chaves: Negócios de Impacto Social; Empreendedorismo Social; Extensão Universitária; Universidade Empreendedora; Inovação.

ABSTRACT

The student of the 21st century demonstrates a certain understanding and realizes the necessity of the existence of connections that are offered by the higher education institutions between the market and the academy, as pointed out in some published studies. The concept of University is linked to the indissociability of teaching, research and extension, and the latter can configure a response to integrate the academy with the real needs of society, and allow the promotion of aspects of the new economy when considering social, requiring innovative entrepreneurial behavior through social impact business. In this way, the objective of this work is to investigate how social entrepreneurship and social impact business are promoted in the extension of the Federal University of Alagoas, constructing a proposal for the strengthening of these contents through the university extension itself. To this end, an exploratory and bibliographical research was carried out, in order to raise the current situation and to draw up propositions for the future. As a result, a plan of action is presented in the format of a program for the promotion of social entrepreneurship and social impact business in UFAL.

Keywords: Social Impact Business; Social Entrepreneurship; University Extension; Entrepreneur University; Innovation.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 - Modelagem de um Programa de Extensão.....	19
Figura 02 - Hélice Tríplice proposta por Etzkowitz.....	22
Figura 03 – Framework para inovação social.....	28
Figura 04 – Modelos de Negócios Sociais.....	32
Figura 05 – Plano de Negócios Sociais.....	33
Figura 06 – Áreas de atuação dos negócios de impacto social no Brasil.....	34
Gráfico 01 - Atividades curriculares de extensão da UFAL (2015-2018).....	36
Gráfico 02 – As áreas temáticas da extensão universitária da UFAL– Ano 2018.....	38
Quadro 01 – Programas de extensão na UFAL 2015 - 2018.....	39
Quadro 02 – Grade de programação de eventos do programa de extensão.....	46
Quadro 03 – Diretrizes para Execução do ProgSocial.....	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – A extensão universitária de 2018 da UFAL em números.....	37
Tabela 02 – Dados da Extensão universitária da UFAL 2015-2018.....	42

Sumário

INTRODUÇÃO	12
1. EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA	15
1.1 A Evolução da Extensão Universitária	15
1.2 O Formato da Extensão Universitária Brasileira	18
1.3 Considerações Finais.....	23
2. EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL ..	24
2.1 O Empreendedor e o Empreendedorismo	24
2.2 Empreendedorismo Social.....	25
2.3 Inovação Social e Tecnologia Social	27
2.4 Modelos de Negócios Sociais.....	30
2.5 Características dos Negócios de Impacto Social no Brasil.....	34
2.6 Considerações Finais	35
3. EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA UFAL	36
3.1 Números da Extensão Universitária na UFAL	36
3.2 A Promoção do Empreendedorismo Social por meio da Extensão Universitária	38
3.3 Considerações Finais	43
4. PROPOSTA PARA O EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL NA UFAL.....	44
4.1 Programa de Promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social (ProgSocial)	44
4.1.1 Coordenação e Execução do ProgSocial	45
4.1.2 Fase 1 - Disseminação	45
4.1.3 Fase 2 - Fomento.....	47
4.1.4 Fase 3 - Viabilização.....	48
4.1.4.1 Incubação de empresas	48
4.1.4.2 Ações de Empresas Juniores (EJs)	48
4.1.4.3 Assessoramento de negócios de impacto ambiental	49
4.1.5 Geração de Conhecimento	49
4.1.6 Implementação do ProgSocial	49
4.2 Considerações Finais.....	52
CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56

INTRODUÇÃO

O presente trabalho originou-se da necessidade que se tem de desenvolver características fundamentais aos egressos inseridos na sociedade pós-industrial, ou sociedade da informação, que possui como principais componentes: economia baseada na globalização e na servitização, redefinição dos valores temporais, estéticos, teóricos e morais, novos modos de gerenciamento e organização do trabalho, e a confluência entre as organizações educacionais, as empresas e a comunidade (GONDIM, 2002)

Entre diversos conceitos que auxiliam o egresso nessa sociedade temos o empreendedorismo que é definido como um fenômeno econômico, cultural, psicológico e sociológico, baseado em inovação e criatividade, vinculado ao surgimento de novas perspectivas de negócios e de novas iniciativas para a conversão de oportunidades em valor (CARVALHO, CUTRIM e COSTA, 2017).

O empreendedorismo pode ser classificado de diferentes maneiras quando se observa para quem, ou para qual objetivo, o valor está sendo gerado (DORNELAS, 2007). Dentro as classificações pertinentes para o empreendedorismo, o que mais tem aderência a proposta é o empreendedorismo social pois se mostra como um novo paradigma para a intervenção social, apresentando um novo olhar e leitura da relação e integração entre os vários atores e segmentos da sociedade, sendo definido como: “uma ação inovadora voltada para o campo social cujo processo se inicia com a observação de determinada situação-problema local, para a qual se procura, em seguida, elaborar uma alternativa de enfrentamento” (OLIVEIRA, 2004).

Entre as várias ramificações do empreendedorismo social, destaca-se os negócios de impacto social que são definidos como modelos de negócios, com diferentes formatos jurídicos, que apresentam soluções para problemas sociais e ambientais sendo que a solução pode estar “no que” o Negócio produz, “para quem” ele produz e/ou “como” ele produz (ICE, 2018).

Neste contexto, esta proposta pretende responder a seguinte pergunta:

- Há nas Universidades programas, ou projetos, que visam o desenvolvimento do comportamento empreendedor conectados com a promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social?

Partindo deste questionamento, tem-se como objetivo geral deste trabalho investigar se o empreendedorismo social e os negócios de impacto social são promovidos nos projetos de Extensão da UFAL e, a partir deste estudo, propor ações no sentido de consolidar este tema. O objetivo se debruça pela extensão pois dentro do tripé de composição da

universidade, ensino-pesquisa-extensão, ela que é a responsável pela interação transformadora com a sociedade, proporcionando a cocriação do conhecimento, mas também o acesso da população aos conhecimentos internos da Universidade.

Para o alcance desse objetivo descrito, traçou-se como objetivos específicos:

- Levantar os principais conceitos envolvendo a extensão universitária brasileira;
- Levantar os principais conceitos envolvendo o empreendedorismo social e os negócios de impacto social;
- Pesquisar se há e como ocorrem as iniciativas para promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social dentro das ações de extensão da UFAL;
- Propor plano de ação que sirva como norteador para a promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social por meio da extensão universitária na UFAL;

Segundo Silveira e Córdova (*In*: GERHART e SILVEIRA, 2009) a pesquisa adotada no presente trabalho é classificada como: bibliográfica, já que foi realizado um levantamento de referências teóricas sobre os assuntos abordados; e de levantamento, pois foi agrupado informações a respeito da extensão da UFAL e sua relação com o empreendedorismo social.

Ainda segundo Silveira e Córdova (*In*: GERHART e SILVEIRA, 2009), o presente trabalho pode ter sua pesquisa classificada como: quantitativa, pois a mesma focou na coleta e análise de dados; e exploratória, já que se busca proporcionar mais familiaridade com o tema visando que o mesmo torne-se mais explícito.

A estrutura do presente trabalho divide-se em:

- Introdução;
- Capítulo 1 – Extensão universitária;
- Capítulo 2 – Empreendedorismo social e negócios de impacto social;
- Capítulo 3 – Empreendedorismo social na UFAL;
- Capítulo 4 – Proposta para o Empreendedorismo Social e os negócios de impacto social na UFAL
- Conclusão;
- Referenciais Bibliográficos;
- Anexos;

No Capítulo I, tem-se a revisão bibliográfica sobre os conceitos que permeiam a extensão universitária e as temáticas correlacionadas; o Capítulo II traz a revisão bibliográfica sobre o empreendedorismo social e os negócios de impacto social; o Capítulo III mostra como a temática do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social é trabalhada na UFAL; o Capítulo IV apresenta uma proposta de programa de ação para fortalecer o empreendedorismo social e os negócios de impacto social na UFAL; e por fim, a Conclusão, referenciais bibliográficos e anexos.

1. EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

Segundo o Ministério da educação - MEC (2018), as universidades se caracterizam pela indissociabilidade das atividades de ensino, pesquisa e extensão, sendo instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior, de pesquisa, de extensão e de domínio e cultivo do saber humano.

O MEC aborda nesse conceito uma importante diretriz que baliza o ensino superior dentro das universidades brasileiras o tripé constituído pelo ensino, pesquisa e extensão, e sua indissociabilidade. Inclusive, essa indissociabilidade está presente no artigo 207 da Constituição Brasileira (BRASIL, 1988).

Com a consolidação do tripé das universidades, é atribuído a extensão a função de viabilizar a interação Universidade/Sociedade, promovendo o permanente equacionamento dos diversos problemas postos pela população, tratando especialmente de questões sociais do país e das demandas colocadas pelas comunidades regionais e locais (NOVO e MELO, 2003).

Este capítulo visa explicar a função da extensão universitária e o seu papel para a comunidade, os discentes, os docentes e a própria instituição.

1.1 A Evolução da Extensão Universitária

O conceito de extensão universitária começou a emergir nas universidades populares na Europa, que tinham como objetivo disseminar os conhecimentos técnicos, eminentemente associados a práticas socialmente relevantes (MOITA; ANDRADE, 2009).

Segundo Serrano (2018), para Paulo Freire, há quatro modelos conceituais caracterizados de extensão universitária ao decorrer do tempo. O primeiro modelo seria o iniciado nas escolas gregas e nos primórdios da universidade na Idade Média, contando com a transmissão vertical do conhecimento, que era simplesmente transmitido e não construído pelos partícipes da ação.

O segundo modelo foi iniciado na segunda metade da idade Média e prolongou-se até o fim do século XIX, por meio da influência filantrópica dos jesuítas e das ideias emancipadoras advindas do iluminismo. Nesse modelo, tem-se a ação voluntária social e comunitária, criando uma interface entre o saber produzido no interior das universidades com a cultura local, e vice-versa. Neste momento, as ações da extensão possuem um propósito de transformar a sociedade por meio de um imperativo de mudanças e pelo respeito à cultura local.

Após consagrar dois modelos de nível mundial, Paulo Freire apresenta os outros dois modelos baseados em momentos chaves da educação superior brasileira (SERRANO, 2018).

O terceiro modelo é resultado do movimento Escola Nova no Brasil da década de 1930 e dos regimes militares na América latina entre as décadas de 1960 e 1970. A extensão universitária é percebida como uma ação sócio comunitária institucional, onde não existe vinculação às universidades diretamente e sua prática sócio-comunitária não era sistemática, nem sistêmica. Os estudantes eram levados a conhecer apenas parte da realidade trabalhada e não estabeleciam vínculos com o local.

Na década de 1980, é introduzido o quarto modelo conceitual onde a extensão passa a ser caracterizada como um processo educativo e científico, que produz conhecimento capaz de viabilizar a relação transformadora entre a universidade e a sociedade, e vice-versa. A extensão é transformada em uma experiência social, uma práxis de um conhecimento da academia, alicerçada numa troca de saberes, que produz o conhecimento no confronto do acadêmico com a realidade da comunidade.

No Brasil, a extensão universitária teve sua função, diretrizes e conceito alterados conforme aconteciam as mudanças políticas, históricas e sociais do país. Sendo que Jezine (2004), a partir da análise de documentos públicos com informações sobre os objetivos dos projetos de extensão da universidade, defende que há três concepções da aplicação da extensão universitária nas IES do Brasil, que são:

Concepção assistencialista: A extensão é vista como uma prática do ensino e da pesquisa, e não como uma terceira função da universidade criada para suprir as lacunas ligadas à interface com a sociedade. Nessa concepção, a extensão universitária é defendida como um compromisso social, que promove o atendimento das necessidades sociais emergentes, sendo realizada por meio de cursos práticos, conferências e serviços técnicos e assistenciais.

Concepção acadêmica: A extensão possui ênfase na relação teoria-prática, permitindo uma relação dialógica entre universidade e sociedade, como oportunidade de troca de saberes. A extensão universitária é transformada em um instrumento capaz de promover a organização política, social e cultural dos grupos desagregados, a partir da relação entre a alta cultura e cultura popular, entre teoria e prática, estabelecendo o “nexo instrução-educação”.

Concepção mercantilista: o atendimento privilegiado aos grupos excluídos deixa de existir e todos são tratados como consumidores em potencial. Dessa forma, o produto da universidade é transformado em mercadoria a ser comercializada e a extensão passa a ser

um dos principais canais de divulgação e articulação comercial. Consequência advinda, primeiramente, do encolhimento do Estado, segundo pelo fortalecimento do mercado e terceiro pelo desenvolvimento de novas tecnologias, que passam a requerer da universidade uma mudança imediata dos “produtos” oferecidos pela mesma.

A partir dos Encontros Nacionais dos pró-reitores de extensão, realizados em 2009 e 2010, respectivamente, o FORPROEX apresenta às Universidades Públicas e à sociedade o conceito de Extensão Universitária, qual seja:

A Extensão Universitária, sob o princípio constitucional da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, é um processo interdisciplinar, educativo, cultural, científico e político que promove a interação transformadora entre Universidade e outros setores da sociedade (FORPROEX, 2012).

Reforça-se nesse ponto que o único conceito a ser trabalhado nessa dissertação sobre extensão universitária é o trazido pela FORPROEX. Esse conceito fortalece que a partir do fluxo da extensão universitária é possível estabelecer a troca de saberes sistematizados, acadêmico e popular, tendo como consequências diretas: a produção do conhecimento resultante do confronto entre as hipóteses acadêmicas e a realidade brasileira e regional; a democratização do conhecimento acadêmico; e a participação efetiva da comunidade na atuação da Universidade. Além de servir como um instrumento do processo dialético de teoria/ prática, permitindo a interdisciplinaridade e a construção de uma visão integrada do social (FORPROEX, 2012).

A extensão, vinculada ao ensino e à pesquisa, deve funcionar como o braço da universidade estendido para fora dos seus muros como uma via pela qual a instituição transfere conhecimento e tecnologia para as comunidades próximas, leva até elas o benefício dos seus recursos e domínios e dela traz para o seu interior a formação e conhecimento de que precisa para ajustar-se aos problemas e aos reclamos das comunidade. É por meio da extensão universitária que são descobertos os interesses, os objetivos e as necessidades a que a universidade deve corresponder, sendo a vertente pela qual as instituições tornam-se capazes de provocar mudanças que contribuam para o desenvolvimento e bem-estar das comunidades em que estão inseridas (SCHIMITZ *et. al.*, 2015).

A prática da extensão universitária, além de ser uma forma de articulação com a sociedade e promover um intercâmbio de conhecimentos, como citado nos parágrafos anteriores, promove junto aos discentes o aprimoramento de diversas habilidades, consoante Coelho (2014), tais como:

- Capacidade de interagir e organizar o trabalho em equipes;

- Saber ouvir e saber comunicar diante de públicos diversos e diferentes daqueles que circulam no meio acadêmico;
 - Oportunidade ímpar de contato com a ação profissional;
 - Reforço da aprendizagem de habilidades que o estudo disciplinar ou mesmo os estágios não contemplam de forma suficiente, na medida em que promove conhecimentos e temas sui generis, em diferentes áreas;
 - Reforça o interesse pelo exercício profissional futuro na profissão escolhida ou redireciona o futuro exercício profissional para papéis antes pouco cogitados ou valorizados;
- e
- Construção de valores sociais, como o desenvolvimento da cidadania e a redução de estereótipos étnicos.

1.2 O Formato da Extensão Universitária Brasileira

A FORPROEX (2012) preconiza que as ações da extensão universitária devam ser orientadas, formuladas e implementadas de acordo com cinco diretrizes:

- Interação dialógica, que orienta o desenvolvimento de relações entre Universidade e setores sociais marcadas pelo diálogo e troca de saberes, possibilitando a cocriação de um conhecimento novo que contribui para a superação da desigualdade e da exclusão social e para a construção de uma sociedade mais justa, ética e democrática;
- Interdisciplinaridade e interprofissionalidade, ou seja, combinar especialização e visão holística por meio da interação de modelos, conceitos e metodologias originados em diferentes áreas do conhecimento, consolidando alianças intersetoriais, interorganizacionais e/ou interprofissionais;
- Indissociabilidade Ensino-Pesquisa-Extensão, reafirmando a extensão universitária como processo acadêmico que possui maior efetividade quando combinando com o processo de formação de pessoas e de geração de conhecimento;
- Impacto na formação do estudante, já que a extensão amplia o universo de referências do aluno por meio do contato direto com as grandes questões contemporâneas; e
- Impacto e Transformação Social, pois a extensão deve ser um mecanismo pelo qual a Universidade estabelece ligação com os diversos setores da sociedade, promovendo uma atuação

transformadora, propiciando desenvolvimento social e regional e o aprimoramento de políticas públicas.

Além de trazer as diretrizes que guiam as ações da extensão universitária, a FORPROEX traz um modelo de programa de extensão (FORPROEX, 2007), que pode ser visualizado na figura 01.

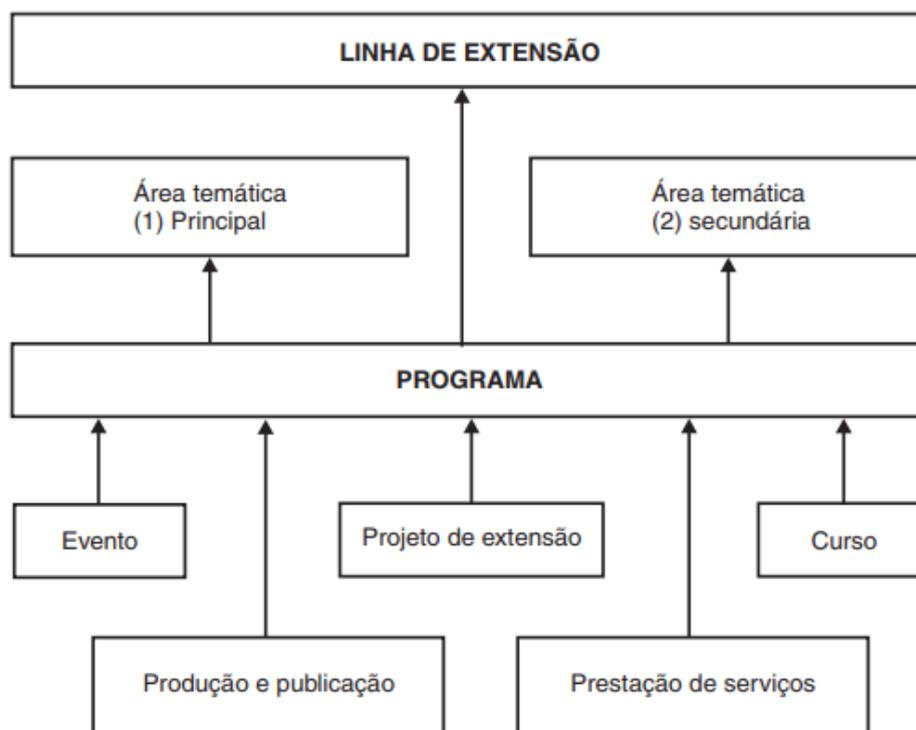


Figura 01 - Modelagem de um Programa de Extensão

Fonte: FORPROEX (2007)

Esse modelo de programa de extensão traz conceitos importantes para orientar a construção das ações extensionistas. Os primeiros conceitos importantes são sobre Linha de Extensão e Área temática.

Linha de Extensão permite a nucleação das ações de extensão e, por consequência, na construção de programas. As linhas de extensão não são ligadas a uma área temática em especial, elas podem ser registradas em determinada área temática a depender do tema que está sendo desenvolvido. Ao todo há 52 linhas de extensão diferentes (FORPROEX, 2007) que são:

Alfabetização, leitura e escrita;
Educação Profissional;
Formação de professores;
Espaço de ciência;
Línguas estrangeiras;
Metodologias e estratégias de ensino/
aprendizagem;
Tecnologia da Informação;
Artes cênicas;
Artes integradas;

Artes plásticas;
Artes visuais;
Mídias-artes;
Mídias;
Música;
Patrimônio cultural, histórico e natural;
Estilismo;
Comunicação estratégica;
Jornalismo;
Desenvolvimento regional;

Desenvolvimento urbano;
 Desenvolvimento rural e questão agrária;
 Desenvolvimento tecnológico;
 Desenvolvimento de produtos;
 Inovação tecnológica;
 Propriedade intelectual e patente;
 Questões ambientais;
 Recursos hídricos;
 Resíduos sólidos;
 Direitos individuais e coletivos;
 Grupos sociais vulneráveis;
 Pessoas com deficiências, incapacidades e necessidades especiais;
 Uso de drogas e dependência química;
 Segurança pública e defesa social;
 Infância e adolescência;
 Jovens e adultos;
 Terceira idade;
 Emprego e renda;

Empreendedorismo
 Gestão do trabalho;
 Gestão informacional;
 Gestão institucional;
 Gestão pública;
 Organização da sociedade civil e movimentos sociais e populares;
 Saúde animal;
 Saúde humana;
 Saúde da família;
 Saúde e proteção no trabalho;
 Endemias e epidemias;
 Fármacos e medicamentos;
 Esporte e lazer;
 Segurança alimentar e nutricional;
 Turismo; e
 Temas específicos/ Desenvolvimento humano.

Já as áreas temáticas são utilizadas para observar o objeto ou assunto que é focado na ação extensionista, tendo em consideração que mesmo que não se encontre no conjunto das áreas uma correspondência absoluta com o objeto da ação, a mais aproximada, tematicamente, deverá ser a escolhida. (FORPROEX, 2007)

Outro objetivo do uso de áreas temáticas é a sistematização sobre a produção da Extensão Universitária brasileira, além de facilitar o processo de articulação de indivíduos ou grupos com a mesma afinidade (FORPROEX, 2007). As 8 áreas temáticas são:

- Comunicação;
- Cultura;
- Direitos Humanos e Justiça;
- Educação;
- Meio Ambiente;
- Saúde;
- Tecnologia e Produção; e
- Trabalho.

Outro ponto importante trazido pela FORPROEX (2007) é trazer os conceitos envolvidos na classificação das ações extensionistas:

- Programa, conjunto articulado de projetos e demais ações de extensão com caráter orgânico-institucional, clareza de diretrizes e orientação para um objetivo comum, sendo executado a médio e longo prazo;
- Projeto, ação processual e contínua de caráter educativo, social, cultural, científico ou tecnológico, com objetivo específico e prazo determinado;
- Curso, ação pedagógica podendo ser teórico e/ou prático, presencial ou a distância, com carga horária mínima de 8 horas e critérios de avaliação definidos;
- Evento, Ação que implica na apresentação e/ou exibição pública do conhecimento ou produto cultural, artístico, esportivo, científico e tecnológico desenvolvido, conservado ou reconhecido pela Universidade; e
- Prestação de serviços, realização de trabalho oferecido pela Instituição de Educação Superior, tais como atendimentos ao público em espaços de cultura, ciência e tecnologia, consultorias, assessorias, curadorias, atividades de propriedade intelectual, emissão de laudos técnicos, atendimento jurídico e judicial, e atendimento em saúde humana e animal.

Ao delimitar diretrizes, ao conceituar os diferentes formatos de ações extensionistas e ao traçar as linhas de atuação, a FORPROEX estabelece uma possibilidade de caminho para que toda Universidade brasileira possa orientar seus programas de extensão, ajudando a alicerçar esse importante tripé do ensino superior.

Um outro conceito que pode auxiliar o fortalecimento da extensão universitária brasileira no futuro é a Universidade Empreendedora definida por Etzkowitz (2003), onde há participação acadêmica na transferência de tecnologia para o mundo empresarial por meio de mecanismos estabelecidos para esse propósito.

A Universidade Empreendedora é aquela que define direção estratégica a partir da formulação de objetivos acadêmicos claros, transformando o conhecimento gerado na universidade em um valor voltado ao desenvolvimento econômico e social da sociedade onde atua, assim a Universidade torna-se um ambiente propício à inovação e à disseminação da

cultura empreendedora, devido à concentração de conhecimento e de capital intelectual (ETZKOWITZ, 2003; AUDY, 2011; GOMES e PEREIRA, 2015).

Etzkowitz (2003) afirma que para atender a esse conceito de Universidade Empreendedora, novas formas de interações entre Universidades, Empresas e Governo precisam ser sedimentadas, o próprio Etzkowitz propôs o formato da Hélice Tríplice mostrado na figura 02.

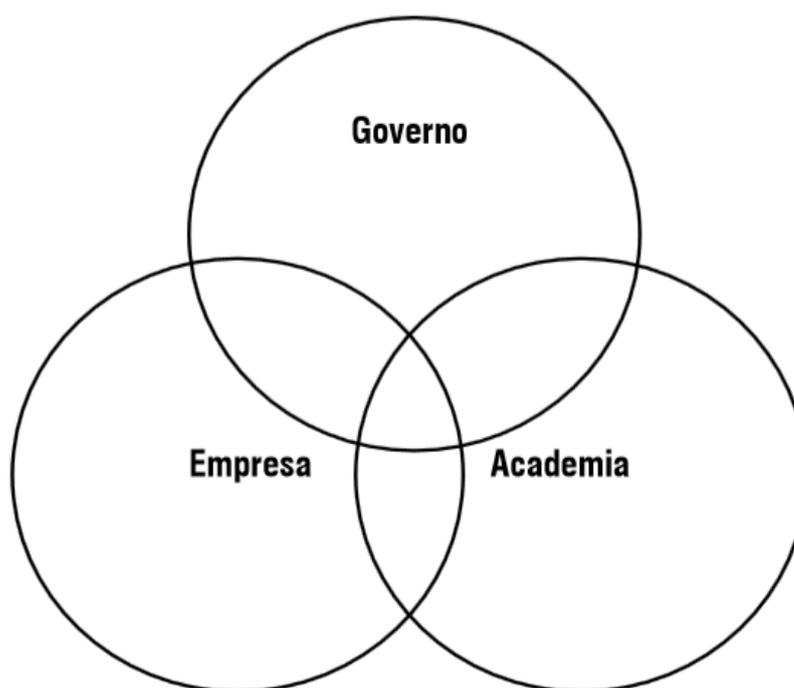


Figura 02 - Hélice Tríplice proposta por Etzkowitz.
Fonte: Audy, 2011

A Hélice Tríplice mostra a necessidade de gerar uma infra-estrutura de conhecimento com o objetivo de desenvolver um ambiente propício à inovação, com iniciativas voltadas para o desenvolvimento econômico e social, permitindo celebração de convênios que favoreçam que empresas e academia atuem conjuntamente na execução de projetos que tragam benefícios para a sociedade (AUDY, 2011).

Atualmente, o conceito de Hélice Tríplice foi ampliado para as Quádruplas e Quintuplas hélice propostas por Carayanis e Campbell (2011), onde os aspectos da sociedade civil (cultura, conhecimento, estilo de vida, valores, criatividade, mídias, ambiente natural) são inseridos como mais duas hélices. A “Quarta Hélice” encoraja a perspectiva da sociedade do conhecimento e da democracia do conhecimento para a produção e inovação do conhecimento, onde o desenvolvimento sustentável da economia do conhecimento requer um co-evolução com

a sociedade do conhecimento (CARAYANIS e CAMPBELL, 2011; FIATES *et. al.*, 2017). Já a “Quinta Hélice” propicia uma situação ganha-ganha entre a ecologia, o conhecimento e a inovação, tendo ênfase na perspectiva socioecológica dos ambientes naturais da sociedade (CARAYANIS e CAMPBELL, 2011; FIATES *et. al.*, 2017).

A extensão universitária brasileira tem a possibilidade de ser fortalecida pelo conceito do empreendedorismo. A prestação de serviços e projetos podem ser formas de estabelecer um caminho para a cocriação e transferência de conhecimento entre Sociedade – Universidade – Empresas, além de poderem ser mecanismos para fortalecer as micro e pequenas empresas que não teriam acesso fácil a diversos conhecimentos, bem como a possibilidade de exponenciar a criação de negócios pelos discentes ligados a Nova Economia, ou seja, baseado em nomenclaturas como economia circular, economia colaborativa, *start ups*, economia criativa e negócios de impacto social.

1.3 Considerações Finais

O presente capítulo buscou elucidar o conceito da extensão universitária dentro do ensino superior brasileiro. O próximo capítulo mostrará conceitos ligados ao empreendedorismo social e aos negócios de impacto social, conceitos esses que podem ser explorados em diversas linhas de atuação da extensão.

2. EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL

Como citado em capítulos interiores, empreendedorismo pode ser definido, segundo Carvalho, Cutrim e Costa (2017) como um fenômeno baseado em inovação e criatividade vinculado ao surgimento de novos negócios e novas iniciativas convertendo oportunidades em valor e que pode ser classificado de diferentes maneiras como, por exemplo, o empreendedorismo social (DORNELAS, 2007). O presente capítulo abordará os conceitos envolvendo empreendedorismo, empreendedorismo social e modelos de negócios baseados nesses conceitos.

2.1 O Empreendedor e o Empreendedorismo

Empreendedorismo é um domínio específico e peculiar, pois não se trata de uma disciplina acadêmica consolidada, é um campo de estudo em desenvolvimento contínuo, pois ainda não existe um paradigma absoluto, ou um consenso científico sobre o seu conceito. Sabe-se que o mesmo é um campo de estudo relativamente recente, e que deve ser transversalizado o máximo possível dentro das Instituições de Ensino superior já que o mesmo permite um conjunto de práticas comportamentais.

Os estudos em empreendedorismo só começaram a ser delimitados e fortificados a partir da década de 1970, apesar do termo “*entrepreneur*” existir na Europa desde o século XII (CARLSSON et al., 2013).

Diversos estudos foram realizados durante os séculos XIX e XX, além dos primeiros anos do século XXI sobre a natureza do empreendedorismo e sobre o comportamento do empreendedor, conduzido por nomes como Jean Baptiste Say, Joseph Schumpeter, David C. McClelland, Saras Saravathy, e Baker e Nelson (ARRUDA, BURCHAT e DUTRA, 2016).

Fillion (1991 apud FILLION, 1999) define o empreendedor como: “uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Após anos de aprimoramento de pesquisa sobre o que é o empreendedor, Fillion (1999) traz a seguinte definição do empreendedor:

Uma pessoa criativa marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel do empreendedor.

Segundo Oliveira (2012) e Sebrae (2018), há 10 características do comportamento empreendedor: 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.

A partir das citações de Fillion (1999), Oliveira (2012) e Sebrae (2018) a seguinte definição será usada nesta dissertação para o que é empreendedorismo.

Empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação, consistindo no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos, assumindo um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas (Baggio e Baggio, 2014).

Por meio do empreendedorismo que há o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas, permitindo a busca do autoconhecimento em um processo de aprendizado permanente, com uma atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas. (Baggio e Baggio, 2014)

2.2 Empreendedorismo Social

Há várias formas na literatura de classificar os empreendedores, e/ou empreendedorismo, e duas particularmente chamam a atenção: a classificação pela motivação inicial, que divide em empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade; e a classificação pelo objeto onde é aplicado o empreendedorismo, onde temos o corporativo, o social e o de negócios.

Segundo o GEM (2016), os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, propondo-se criar um negócio que gere rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e de seus familiares. No que concerne aos empreendedores por oportunidade, o GEM (2016) define-os como capazes de identificarem uma chance de negócio ou um nicho de mercado, empreendendo mesmo possuindo alternativas concorrentes de emprego e renda.

O presente trabalho utilizará a classificação baseada no objeto alvo do empreendedorismo, pois dessa forma poderá delinear o conteúdo a ser abordado em todo o texto. Assim, há uma necessidade de conceituar o empreendedor corporativo, o social e o de negócios com mais primor.

De acordo com Pessoa (2005), o empreendedorismo corporativo é aquele que identifica, desenvolve, captura e implementa novas oportunidades de negócios, dentro de uma empresa já existente. Já o empreendedor de negócios, ou empreendedor *start up*, tem como objetivo dar origem a um novo negócio. Ele faz a análise do cenário e diante de uma oportunidade apresenta um novo empreendimento. Os seus desafios são claros: suprir uma demanda existente que não vem sendo dada devida atenção; buscar e apresentar diferenciais competitivos em um mercado já existente; vencer a concorrência; conquistar clientes; e alcançar a lucratividade e a produtividade necessárias à manutenção do empreendimento. O empreendedorismo social, por sua vez, é definido como um misto de ciência e arte, racionalidade e intuição, ideia e visão, sensibilidade social e pragmatismo responsável, utopia e realidade, força inovadora e praticidade, sendo que o empreendedor social difere do empreendedorismo tradicional devido a dois aspectos: não produz bens e serviços para vender, mas para solucionar problemas sociais; e não é direcionado para mercados, mas para segmentos populacionais em situações de risco social.

Atentando-se para a definição sobre o empreendedorismo social, pode-se checar seis pontos principais, conforme Oliveira (2008 *apud* SILVA e SOUZA, 2013):

- É um novo paradigma de intervenção social, pois, trata-se de uma nova abordagem de integração entre vários atores e segmentos da sociedade;
- Trata-se de um processo de gestão social, pois, apresenta uma sequência de ações (formulação da ideia, amadurecimento, colocação em prática e, conseqüentemente, a multiplicação das ações);
- É arte devido à possibilidade do empreendedor aplicar suas habilidades, aptidões, intuições e sensibilidades no desenvolvimento de ações que trarão desenvolvimento para comunidades;
- É ciência devido à utilização de meios técnicos e científicos, os quais visam interferir na realidade humana e social, buscando ganhos sociais consideráveis;
- Trata-se de uma nova tecnologia social, pois, a capacidade de inovação e de realização de novas estratégias de ação faz com que sejam geradas outras ações empreendedoras, emancipadoras e transformadoras;
- Trata-se de um indutor de auto-organização social, pois, não são ações isoladas, mas, sim, ações que necessitam de participação e articulação da sociedade, resgatando uma

solidariedade que liberta, que leva à emancipação, já que se baseia no empoderamento das pessoas e na integração de esforços, este dentro do contexto do capital social.

É importante ressaltar que empreendedorismo social não é igual a responsabilidade social, pois esta supõe um conjunto organizado e devidamente planejado de ações internas e externas, e uma definição centrada na missão e atividade da empresa, ante as necessidades da comunidade (Oliveira, 2004).

A partir do entendimento sobre o que é empreendedorismo social, Dees (2001) traz a seguinte definição para o empreendedor social:

São aqueles que desempenham o papel de agentes da mudança no setor social ao: adotar uma missão para criar e manter valor social (e não apenas valor privado); reconhecer e procurar obstinadamente novas oportunidades para servir essa missão; empenhar-se num processo contínuo de inovação, adaptação e aprendizagem; agir com ousadia sem estar limitado pelos recursos disponíveis no momento; e prestar contas com transparência às clientelas que servem e em relação aos resultados obtidos.

A partir dos conceitos expostos sobre o empreendedor social e o empreendedorismo social pode se perceber como essas definições mesclam-se em alguns pontos com temas como inovação, tecnologia e modelagem de negócios, assuntos que serão abordados nos próximos tópicos desse capítulo.

2.3 Inovação Social e Tecnologia Social

O Manual de Oslo (2005), publicação que guia as práticas de pesquisa em inovação desenvolvido pela OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico), define inovação como:

Implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas.

Em complemento ao conceito de inovação, uma nova nomenclatura tem ganhado proeminência que é a inovação social. Esta pode ser definida como uma nova, ou significativamente melhorada, ideia, ou ação ou conhecimento novo, duradoura que atende as necessidades sociais e cria novas relações sociais ao mesmo tempo que promove a superação das necessidades sociais, tendo como consequência a inclusão social, a criação de valor coletivo e o empoderamento de todos os atores envolvidos (JULIANI *et.al.*, 2014).

Rabbat e Paul (2014), em conjunto com o Instituto Amani (2018), defendem que o processo de desenvolvimento da inovação social deve seguir alguns passos, como mostrado na figura 03.



Figura 03 - Framework para inovação social
Fonte: Instituto Amani, 2018.

Segundo a figura 03, os passos para inovação social são (RABBAT e PAUL, 2014; INSTITUTO AMANI, 2018):

- *Burning* (queimando, em tradução livre do autor), a identificação do desafio social que pessoalmente move um indivíduo;
- *Sensing* (sentindo, em tradução livre do autor), o exercício da empatia pelo indivíduo que o faz buscar as todas as informações possíveis sobre o desafio social identificado;
- *Questioning* (questionando, em tradução livre do autor), o ato de realizar as perguntas necessárias que ninguém está realizando sobre o desafio social identificado;

- *Associating* (associando, em tradução livre do autor), o ato de aprender com outros campos, setores e experiências que não estão ligadas diretamente ao desafio social, mas podem ser adaptadas;
- *Idea generation* (gerando ideias, em tradução livre do autor), a geração e seleção de ideias para solucionar o desafio social a partir do que foi observado nas etapas anteriores;
- *Experimenting* (experimentando, em tradução livre do autor), a prototipação da ideia selecionada na etapa anterior;
- *Idea networking* (compartilhando a ideia, em tradução livre do autor), o compartilhamento da ideia prototipada com diversos grupos de pessoas a fim de colher *feedbacks* ou novas ideias; e
- *Impacting* (impactando, em tradução livre do autor), a análise da possibilidade do impacto social que pode ser originado com a ideia selecionada.

Outro conceito importante que impulsiona tanto o empreendedorismo social quanto a inovação social, é a tecnologia social que é definida como um conjunto de possibilidade de produtos, técnicas e/ ou metodologias replicáveis, desenvolvidas na interação com a comunidade, e apropriada por ela e respeitando a cultura e valores locais, que possibilitem a transformação e inclusão social, a democratização do conhecimento e o desenvolvimento sustentável (FREITAS e SEGATTO, 2014).

Uma tecnologia para ser denominada social deve atender, segundo o ITS (2004, *apud* FREITAS e SEGATTO, 2014) a quatro princípios que são:

- Aprendizagem e participação são processos que caminham juntos;
- A transformação social implica compreender a realidade de maneira sistêmica;
- A transformação social ocorre na medida em que há respeito às identidades locais; e
- Todo e qualquer indivíduo é capaz de gerar conhecimento e aprender.

O ITS (2004, *apud* FREITAS e SEGATTO, 2014) também traz que as tecnologias sociais devem ter critérios para a análise das ações sociais que são denominados como parâmetros da tecnologia social e os mesmo são:

- A razão de ser da tecnologia deve visar à solução de uma demanda social concreta e identificada pela própria solução;
- Envolver formas democráticas de tomada de decisão;
- A população deve participar, apropriar-se e aprender com a tecnologia social;
- Deve ser sistemática;
- Deve possibilitar a cocriação do conhecimento;
- Obedecer ao tripé da sustentabilidade; e
- Ser escalável.

2.4 Modelos de Negócios Sociais

Não há um momento específico que desencadeou o surgimento dos negócios sociais, entretanto, em 2006, Muhammad Yunus e o Banco Grameen ganharam o prêmio Nobel da Paz pelo seus esforços em criar desenvolvimento econômico e social para os menos favorecidos (NOBEL PRIZE, 2018) trazendo à tona os negócios sociais.

Muhammad Yunus criou o Grameen Bank para oferecer microcrédito para as camadas mais pobres do país, após vivenciar em seu cotidiano todos os problemas oriundos da superpopulação de Bangladesh. O banco criou, ao longo dos anos, 27 organizações de cunho social, que englobam desde a maior empresa de telefonia do país até o fornecimento mais acessível de assistência médica, trazendo importantes discussões sobre o modo de se pensar das organizações tradicionais e impulsionando o desenvolvimento do conceito de negócios sociais (YUNUS, MOINGEON e LEHMANN-ORTEGA, 2009)

A partir dessas experiências exitosas e com a visibilidade do Prêmio Nobel da Paz, Muhammad Yunus popularizou o conceito de negócios sociais que o mesmo defende que é:

Negócios Sociais são empresas que têm a única missão de solucionar um problema social, são autossustentáveis financeiramente e não distribuem dividendos. Como uma ONG, tem uma missão social, mas como um negócio tradicional, geram receitas suficientes para cobrir seus custos. É uma empresa na qual o investidor recupera seu investimento inicial mas o lucro gerado é reinvestido na própria empresa para ampliação do impacto social. O sucesso do negócio não é medido pelo total de lucro gerado em um determinado período, mas sim pelo impacto criado para as pessoas ou para o meio ambiente (YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS BRASIL, 2018).

Yunus também defende que os negócios sociais devem atender a sete princípios intrínsecos, que são: O objetivo do negócio será redução da pobreza ou mais problemas que ameaçam as pessoas e a sociedade; o negócio é financeira e economicamente sustentável; investidores recebem de volta somente o valor investido, nenhum dividendo é pago além do dinheiro investido; depois que o investimento for devolvido, o lucro da empresa fica na empresa para ampliação e melhorias; negócios ambientalmente conscientes; colaboradores recebem valor de mercado com melhores condições de trabalho; e tudo deve ser feito com alegria (YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS BRASIL, 2018).

Ainda não há uma nomenclatura e conceituação consensuada mundialmente para o termo “negócios sociais”. Diferentes termos são correlacionados a esta temática: negócios sociais, negócios de impacto, negócios de impacto socioambiental, negócios inclusivos, negócios para a base da pirâmide (PETRINI, SCHERES e BACK, 2016). Um outro ponto bastante questionado é a divisão de lucros nesse tipo de negócio, na definição difundida por Yunus, não há divisão de lucros, todo o lucro é reinvestido na empresa, exceto aquilo que foi investido inicialmente. Tanto para Artemisia (2018), como para a Força Tarefa das Finanças Sociais (2018), dois importantes organismos que compõem o ecossistema de negócios sociais do Brasil, o fato da empresa reinvestir o lucro totalmente na empresa, ou dividir os lucros entre os proprietários, não é um critério determinante para classificação de empreendimentos como negócios sociais.

Isso fez que alguns pesquisadores, como Petrini, Scheres e Back (2016) e a própria Yunus Negócios Sociais Brasil (2018), realizasse a categorização desses empreendimentos em: negócios sociais, que visam impacto social e não visam lucros; negócios de impacto social, que almejam impacto social e lucro; negócios de valor compartilhado, o impacto social torna-se valor agregado para a empresa; e negócios inclusivos, que incluem as pessoas da base da pirâmide em toda a cadeia de valor. Essas divisões podem ser visualizadas graficamente na figura 04.

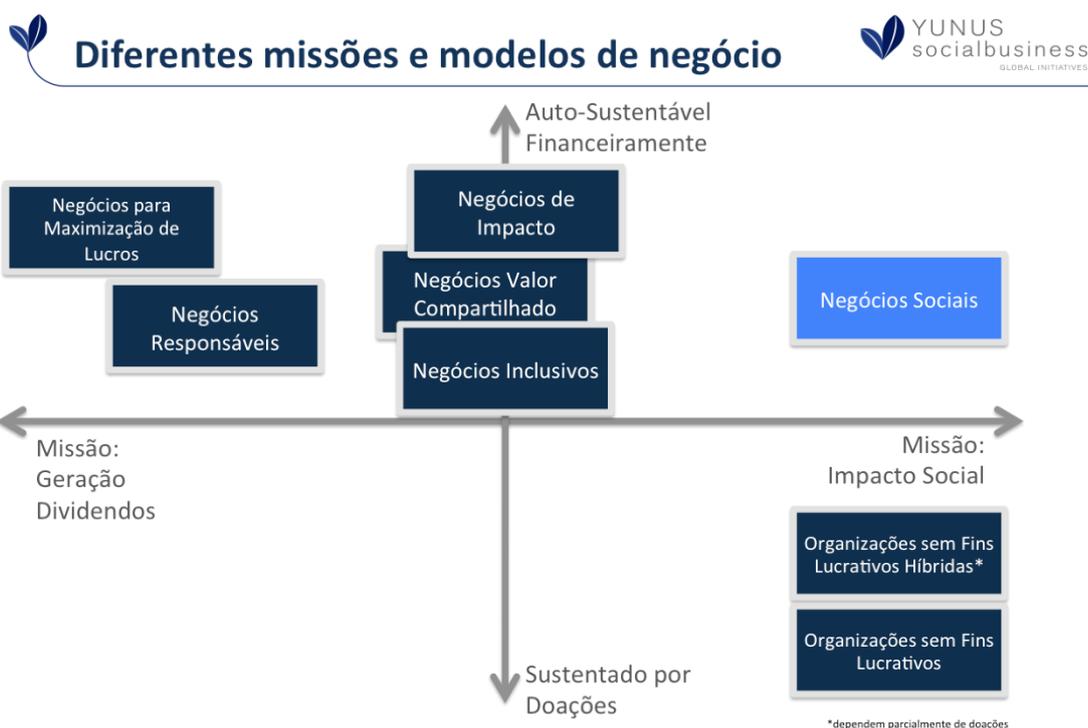


Figura 04 - Modelos de negócios sociais
FONTE: Yunus Negócios Sociais Brasil (2018).

Contudo, para o presente trabalho, adotou-se a nomenclatura dos negócios de impacto social, com a definição estabelecida pelo Sebrae (2013):

Empreendimentos que focam o seu negócio principal na solução, ou minimização, de um problema social ou ambiental de uma coletividade. Esse objetivo faz parte do seu plano de negócios e é o que vai trazer lucro para a empresa. A viabilidade econômica do negócio é crucial para sua sobrevivência, que não busca subvenções e patrocínios. Portanto, viabilidade econômica & preocupação social e ambiental possuem a mesma importância e fazem parte do mesmo plano de negócios. Além disso, esses empreendimentos buscam incentivar o consumo responsável e sustentável, sem endividamentos excessivos.

É válido ressaltar que, baseado em Barbosa, Moraes e Romani-Dias (2017), a visão de negócios de impacto social, como adotado por esse trabalho, deve atender a sete características intrínsecas, que são: Ter um propósito social claro; Agregar valor por meio das suas atividades para o cliente e/ou usuário final; Não depender de doações, editais ou investimentos privados; Divisão dos lucros que são obtidos; Obter sustentabilidade financeira; Ser eficiente em termos mercadológicos; e Buscar ao máximo uma gestão participativa.

Considerando uma das características intrínsecas citadas anteriormente, que é “Ter um propósito social claro”, observa-se que esse propósito social deve ser o foco principal do

negócio de impacto. Uma forma de garantir esse propósito é atendendo as ODS (Objetivos do Desenvolvimento Social) da Agenda 2030.

As ODS são os 17 objetivos estabelecidos pelas Nações Unidas que foram projetados para moldar as prioridades e aspirações para os esforços de desenvolvimento sustentável em torno de uma estrutura comum, reconhecendo o papel principal que os negócios podem e devem ter (GRI, UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT e WBCSD, 2015). As mesmas podem ser visualizadas no Anexo A.

Também é oportuno salientar que independente da abordagem adotada, um negócio de impacto social deve ter um modelo de negócio bem definido. Para esse fim, o modelo apresentado por Petrini, Scheres e Back (2015) demonstra uma aderência pertinente a esse tipo de negócio, pois: Permite de forma prática equacionar a obtenção de lucro; Proporciona de forma ágil e tangível a visualização do impacto social que o negócio terá; Faz os envolvidos no empreendimento questionarem a cadeia de valor e as formas como o cliente irá enxergar seu produto final; e traz a importância de pensar na cadeia de suprimentos que dá suporte ao produto, ou serviço, final; como pode ser visualizado na figura 05.

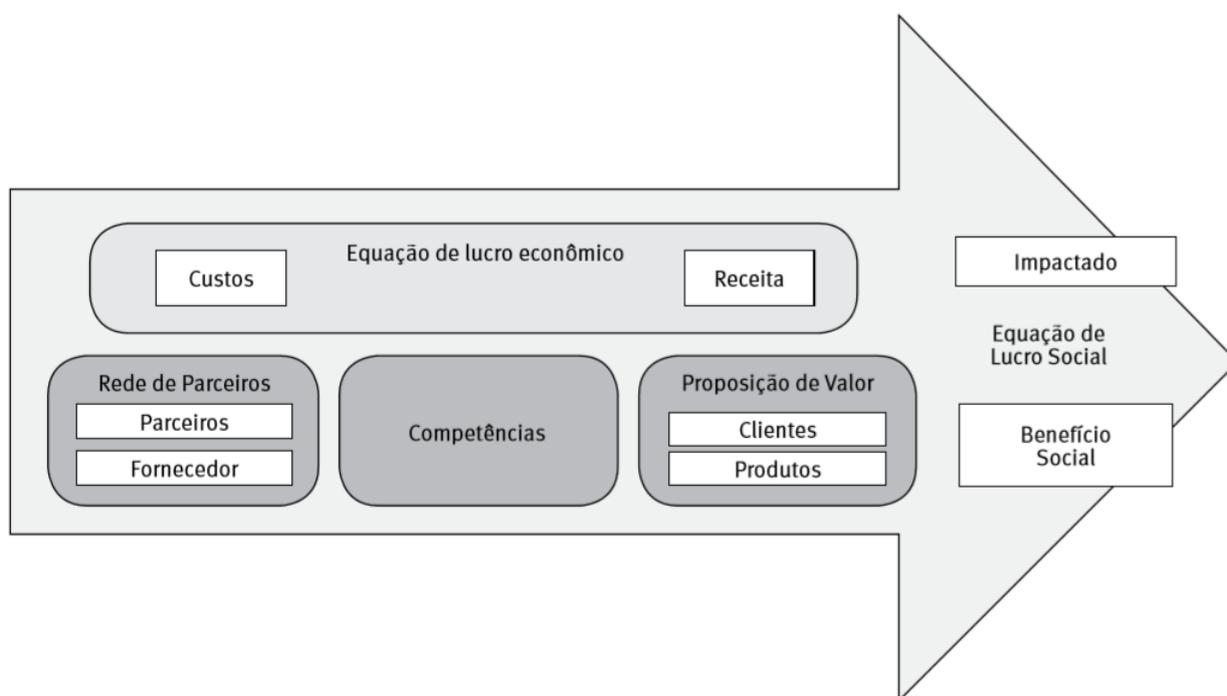


Figura 05 - Plano de Negócios Sociais
 FONTE: Petrini, Scheres e Back (2015)

2.5 Características dos Negócios de Impacto Social no Brasil

Segundo dados apresentados na 1º Mapeamento Brasileiro de Negócios de Impacto Socioambiental realizado pela Pipe Social (2017), há 579 empreendimentos caracterizados como negócios de impacto social no Brasil, entre esses 43% estão concentrados no estado de São Paulo.

Segundo o mesmo mapeamento, as principais áreas de atuação dos negócios de impacto social no Brasil são educação e tecnologias verdes segundo figura 06. Entre os negócios de impacto social contabilizados, também foi identificado que 31% faturam acima de 100 mil reais por ano, destacando-se que 12% faturam acima de 1 milhão de reais por ano. Por último, vale destacar que a pesquisa apontou como as ajudas mais urgentes do setor são: busca de investidores, necessidade de mentoria e como comunicar a solução do negócio.

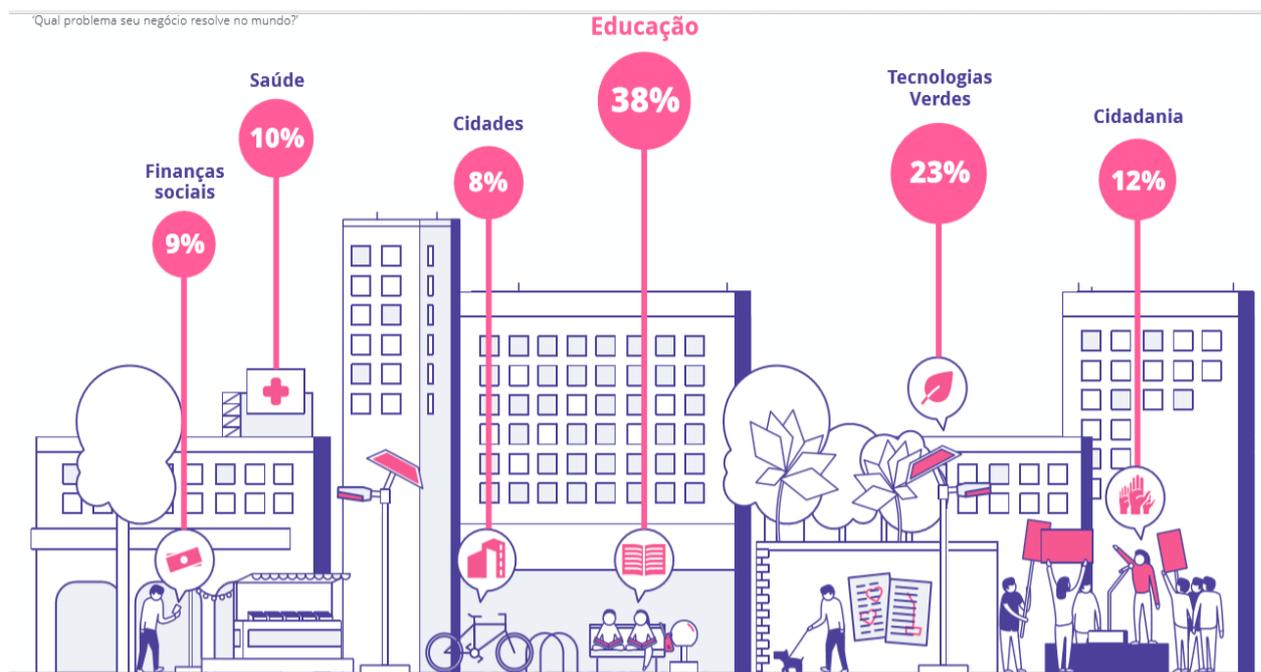


Figura 06 - Áreas de atuação dos negócios de impacto social no Brasil
Fonte: Pipe Social (2017).

2.6 Considerações Finais

O presente capítulo buscou explicar os conceitos relacionados ao empreendedorismo social, inovação social, tecnologia social, além de clarificar a visão utilizada por esse trabalho. Após conhecer tais conceitos é interessante perceber que eles são abordados em algumas linhas de extensão (FORPROEX, 2007), podendo ser trabalhados por meio de ações extensionistas.

Os próximos capítulos irão discutir o empreendedorismo social na universidade no contexto das ações de extensão.

3. EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA UFAL

O presente capítulo visa apresentar os resultados da pesquisa sobre as iniciativas de promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social que aconteceram dentro da extensão universitária da UFAL no período de 2015 a 2018. Para esse fim, foi analisado o banco de dados existente no SIGAA UFAL, além da condução de uma análise crítica sobre o que fora encontrado, gerando informações valiosas para o entendimento do presente trabalho.

3.1 Números da Extensão Universitária na UFAL

Analisando as atividades extensionistas da UFAL nos últimos 4 anos por meio do Portal SIGAA, foi possível extrair informações as quais são observadas no gráfico 01, que traz o quantitativo de atividades curriculares de extensão nesse período:

- 523 cursos;
- 470 eventos;
- 05 produtos acadêmicos;
- 541 projetos; e
- 08 programas.

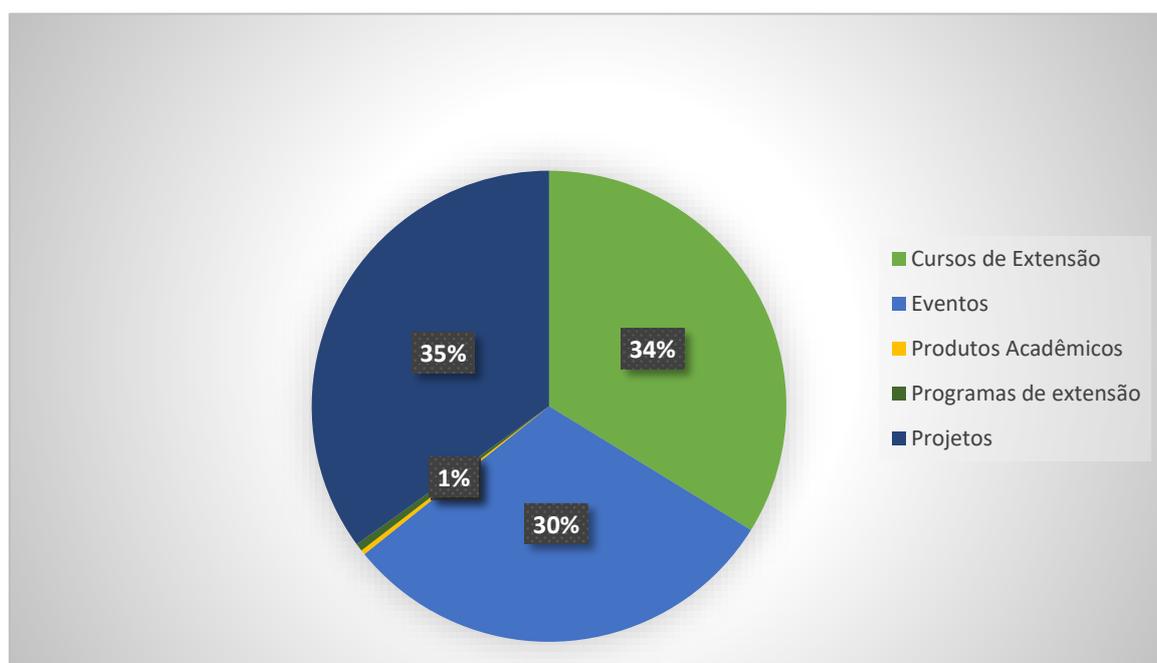


Gráfico 01 - Atividades curriculares de extensão da UFAL (2015-2018)

Fonte: SIGAA (2019).

Elaborado pelo autor.

Percebe-se que a maior parte do quantitativo das ações extensionistas da UFAL estão em ações mais pontuais como cursos e eventos (69% do total), isso acontece principalmente por dois fatores:

- Diversos cursos e eventos são desenvolvidos como atividades complementares de projetos e programas de extensão, ou de pesquisas e metodologias de ensino, pré-existent; e
- Os cursos e eventos são formas de disseminação de conhecimentos que estão na Academia para diversas camadas da sociedade, inclusive sendo usados também como complemento às pesquisas acadêmicas;

Fazendo um recorte mais recente, utilizando como base o ano de 2018, podemos averiguar os impactos da extensão universitária da UFAL e como a mesma está distribuída entre as diversas áreas temáticas. A tabela 01 mostra que foram contabilizadas 639 atividades de extensão, envolvendo 1216 docentes, e atingindo um público final de 10327 pessoas. Todavia, apenas 590 discentes (2,6% do total) foram envolvidos em atividades curriculares de extensão, o que é um quantitativo pequeno diante do número de discentes em graduação na UFAL, 22.522 estudantes de graduação hoje (UFAL, 2019).

Tabela 01 – A extensão universitária de 2018 da UFAL em números

ÁREA TEMÁTICA	Discentes envolvidos	Docentes envolvidos	Técnicos envolvidos	Ações de extensão
Comunicação	13	33	13	29
Cultura	164	213	68	205
Direitos humanos e justiça	37	52	14	23
Educação	58	373	60	160
Meio ambiente	54	116	41	44
Saúde	181	298	78	127
Tecnologia e produção	46	86	20	35
Trabalho	37	45	9	16
Total	590	1216	303	639

Fonte: SIGAA (2019).

Elaborado pelo autor.

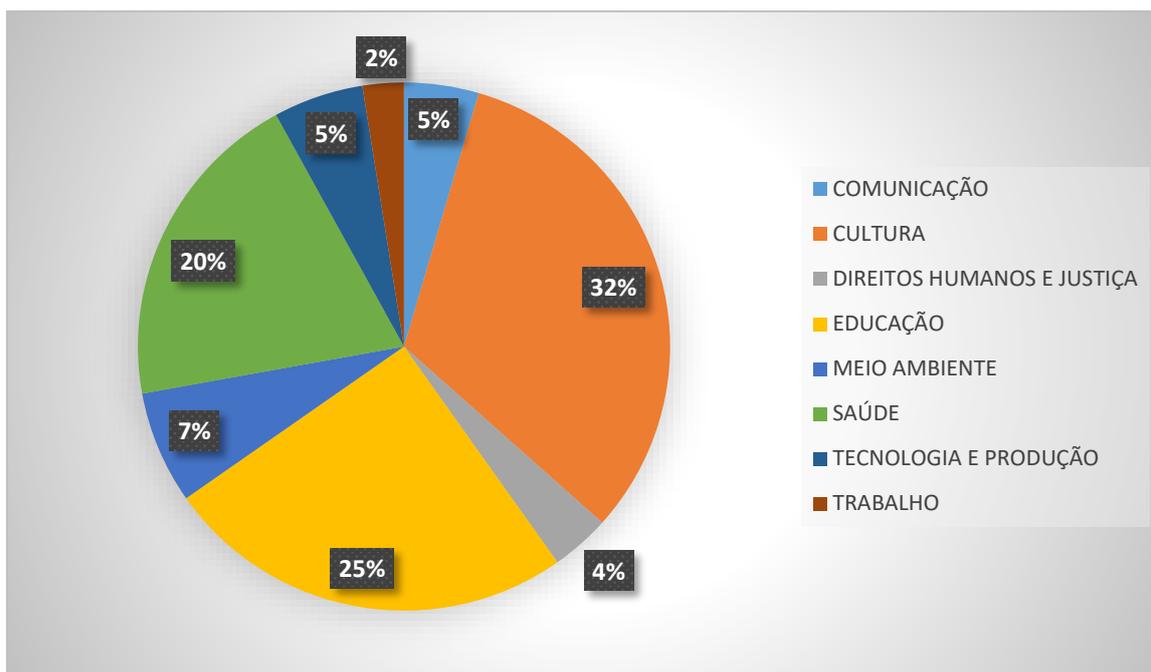


Gráfico 02 – As áreas temáticas da extensão universitária da UFAL – Ano 2018.

Fonte: SIGAA (2019).

Elaborado pelo autor.

Pelo gráfico 02, percebe-se que a área temática com o maior número de atividades foi cultura, seguida de educação. Por outro lado, trabalho, tecnologia e produção, e meio ambiente foram as que tiveram o menor número de iniciativas no ano de 2018.

3.2 A Promoção do Empreendedorismo Social por meio da Extensão Universitária

O objetivo do presente trabalho é investigar como o empreendedorismo social e os negócios de impacto social são promovidos na UFAL, e propor ações para o desenvolvimento e consolidação deste tipo de empreendedorismo. Dessa forma, realizou-se um recorte nos projetos e programas das atividades curriculares de extensão da UFAL pesquisadas no item 4.2 a fim de entender a contribuição direta, ou indireta, dos mesmos para a promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social.

Utilizou-se um recorte de projetos e programas pois os mesmos tem objetivos e prazos pré determinados, não sendo apenas ações pontuais de disseminação de conhecimento. Além disso, muitos projetos e programas estão vinculadas a objetivos estratégicos das unidades acadêmicas da Universidade e, em alguns casos, são alinhados a estratégias de pesquisas e ensino.

Analisando os programas cadastrados no SIGAA, foi possível apenas a identificação de 8 programas, o que representa um total de 0,52% do total de atividades extensionistas, que estão listados no quadro 01. Averiguando as cinco diretrizes que apoiam a construção de atividades

curriculares de extensão (FORPROEX, 2012), percebe-se fragilidades no que tange à: cocriação de novos conhecimentos, já que os objetivos dos programas estão ligados à disseminação do conhecimento e não a criação dos mesmos; e na promoção da interdisciplinaridade e interprofissionalidade, já que não está claro a promoção de alianças intersetoriais ou interorganizacionais ou interprofissionais.

Percebe-se que também que não há programas ligados a todas as áreas temáticas, sendo que os programas existentes estão compreendidos nas áreas temáticas Cultura, Educação e Saúde. Verifica-se também que não há programas ligados as linhas de extensão: empreendedorismo, emprego e renda, e inovação tecnológica. Estabelecer programas ligados a essas linhas temáticas contribuem para promoção do empreendedorismo e da inovação. Se for estabelecido programas que associem essas mesmas linhas de extensão com linhas de extensão como: Questões ambientais; Recursos hídricos; Resíduos sólidos; Direitos individuais e coletivos; Grupos sociais vulneráveis; Pessoas com deficiências, incapacidades e necessidades especiais; Segurança pública e defesa social; Organização da sociedade civil e movimentos sociais e populares; Saúde humana e Saúde da família; pode haver a probabilidade da promoção do empreendedorismo social.

Quadro 01 - Programas de extensão na UFAL 2015 - 2018

	TÍTULO	OBJETIVO	ANO
(1)	Programa de interiorização da língua de sinais	Cursos, eventos e projetos de extensão voltados para a interiorização da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) nas regiões do sertão e do agreste alagoano bem como também nas cidades circunvizinhas dos estados limítrofes	2018
(2)	Programa Cuidadosamente: ações de promoção, prevenção, reabilitação e educação permanente em saúde mental, álcool e outras drogas.	Ações de promoção à saúde mental; prevenção do uso de álcool e outras drogas, do adoecimento mental e suicídio; reabilitação psicossocial a pessoas acompanhadas em serviços Centros de Atenção Psicossocial (CAPS), Estratégias de Saúde da Família (ESF), Consultório na Rua (CnaR) e Presídio Feminino Santa Luzia; educação permanente aos	2018

		profissionais de saúde, e apoio ao matriciamento em saúde mental, álcool e outras drogas na atenção básica, em serviços de emergência e hospitalares.	
(3)	Orquestra sinfônica universitária (OSUFAL)	Espaço de produção e propagação do conhecimento musical por meio de um conjunto de ações interligadas com a Orquestra Pedagógica da UFAL (OPUFAL), as Quintas Sinfônicas e os Concertos Didáticos Itinerantes, fomentando a produção artístico-musical no contexto cultural de Maceió.	2017 - 2018
(4)	NUP - Núcleo de Percussão da Universidade Federal de Alagoas	Promover e difundir as artes percussivas em nossa universidade, realizando um extenso trabalho de criação de grupos, aulas dos mais distintos instrumentos abertas a comunidade, e desenvolvido projetos que visam trazer a vivência artística aos alunos inscritos.	2012-2018
(5)	Casas de Cultura	Conjunto de atividades de extensão vinculadas às Casas de Cultura que oferecem cursos e eventos que promovam o desenvolvimento linguístico e cultural que atendam às demandas da sociedade assim como visa articular teoria e prática na iniciação à docência.	2016
(6)	Programa de apoio aos estudantes das escolas públicas do estado - PAESPE	Preparar alunos carentes da 9ª série, 1º e 3º ano do ensino médio, matriculados nas escolas públicas estaduais e moradores do entorno da UFAL a, em princípio, ingressarem na Universidade Federal de Alagoas, ampliando assim as condições de acesso ao nível superior de ensino, e tendo como pretensão final criar uma rede de cursos preparatórios comunitários	2016

		com a sociedade organizada, tendo como referência o PAESPE.	
(7)	Programa de apoio às ações de produção e divulgação editorial, de cultura e de extensão da universidade (federal de alagoas - GUTENBERG/UFAL	Programa que abarca os projetos editoriais da EDUFAL.	2016
(8)	Arte dramática ETA UFAL extra-muros	Ampliar a discussão sobre o Teatro de Rua, a Contação de Histórias, a Performance Negra e estimular a reflexão sobre a utilização de logradouros públicos para cenas, espetáculos, performances e sessões de contos	2016

Fonte: Elaborado pelo autor.

Passando a análise para os projetos de extensão, baseado nas informações das atividades extensionistas do item 4.2, foram utilizados os seguintes critérios:

- **Possibilidade de promoção de empreendedorismo:** Promover direta, ou indiretamente, as 10 características do comportamento empreendedor, segundo Oliveira (2012) e Sebrae (2018);
- **Possibilidade de promoção da inovação:** Promover direta, ou indiretamente, inovações incrementais e/ou radicais conforme definição do Manual de Oslo (2005);
- **Possibilidade de promoção do empreendedorismo social:** Refletir os conceitos presentes no item 3.2 do que é o empreendedorismo social, conforme Dees (2001), e Silva e Souza (2013);
- **Possibilidade de geração de negócios de impacto social:** Fomentar a criação, direta ou indiretamente, de negócios de impacto social, consoante Sebrae (2013);
- **Possibilidade de sustentabilidade financeira:** Possibilidade da projeto gerar recursos financeiros próprios a partir das ações previstas sem que haja necessidade de captação de recursos externos de fomento;

A partir dos 541 projetos analisados na base de dados dos projetos de extensão da UFAL, a Tabela 02 apresenta os resultados obtidos após passarem pelos critérios descritos acima.

Tabela 02 - Dados da Extensão universitária da UFAL 2015-2018

Podem promover o empreendedorismo	121
Podem promover a inovação	64
Podem promover o empreendedorismo social	84
Podem promover a formação de negócios de impacto social	73
Podem se tornar sustentáveis financeiramente	56
Intersecção entre empreendedorismo social, inovação, neg. De impacto social e podem se tornar sustentáveis financeiramente	35
Expressam livremente a promoção do empreendedorismo	21
Expressa livremente o fomento aos negócios de impacto social	1

A partir da análise realizada e dos números resultantes expressos na tabela 03, algumas inferências foram constatadas:

- Apenas 121 projetos (22,4% do total) tem possibilidade de promoção do empreendedorismo, apesar dessa promoção não está claramente identificada no objetivo maior destes, por outro lado 21 desses projetos (3,9% do total) expressam claramente a promoção do empreendedorismo em seus objetivos. Nesse caso, foram contabilizados todos esses projetos, pois existe o fortalecimento das características do comportamento empreendedor, contribuindo assim para promoção do empreendedorismo;
- Dentre os projetos que promovem o empreendedorismo, direta ou indiretamente, apenas 84 deles (15,6% do total) podem promover o empreendedorismo social, pois são aqueles que instigam a resolução de dilemas sociais. Alguns projetos foram desconsiderados

como promotores do empreendedorismo social, pois muitos são uma intersecção entre responsabilidade social e prática da teoria (principalmente nas áreas temáticas saúde e educação), ligados ao fortalecimento do ensino em escolas públicas ou a prestação de serviços na área de saúde ou ao fornecimento de aulas técnicas gratuitas;

- Dos projetos que promovem o empreendedorismo social, direta ou indiretamente, há 73 projetos que podem promover os negócios de impacto social;
- Na ótica da sustentabilidade financeira, 56 projetos possuem maior probabilidade de serem remodelados para possuírem autossuficiência sem depender de editais;
- Apenas 35 projetos possuem a possibilidade de promoção do empreendedorismo social, da inovação e dos negócios de impacto social, e que podem se tornar sustentáveis;
- Dentro de uma perspectiva de empreendedorismo e inovação, pode-se observar após esta análise que não há projetos de extensão ligados à promoção de elementos da nova economia: como a criação de start ups ou negócios criativos, desenvolvimento de aspectos da economia circular, ou da economia colaborativa, ou da indústria 4.0, ou da ciência dos dados ou da internet das coisas, fortalecimento da rede de mentoria e do sistema local de inovação; Outro ponto observado é que, exceto projetos ligados à área temática cultura que possibilitam a criação de obras artísticas pelos envolvidos, não foi observado projetos que tenham como foco a cocriação de novos conhecimentos;

3.3 Considerações Finais

Fica evidente a partir dos números das tabelas 01, 02 e 03, que caso a UFAL queira corroborar para a promoção do empreendedorismo social e o fomento dos negócios de impacto social, além da consolidação da hélice quadrupla, ou quintupla, existe um caminho a percorrer já que menos de 4% dos projetos fomentam o empreendedorismo, e apenas um projeto, de um total de 541, fomenta os negócios de impacto social.

4. PROPOSTA PARA O EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL NA UFAL

O presente capítulo tem como objetivo propor um plano de ação que sirva como norteador para a promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social por meio da extensão universitária na UFAL a partir do que foi analisado no capítulo 3. Dessa forma, é apresentado um programa de extensão universitário com essa finalidade, além dos principais guidelines para sua devida implementação.

4.1 Programa de Promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social (ProgSocial)

Como observado no capítulo 4, apenas 3,9% dos projetos de extensão da UFAL disseminam de forma clara o empreendedorismo, e apenas um projeto está conectado com a promoção e desenvolvimento dos negócios de impacto social. Logo, o presente capítulo visa apresentar uma proposta de plano de ação para alteração desse cenário, trazendo uma iniciativa que possa promover o empreendedorismo social e os negócios de impacto social, sem suplantiar nenhuma outra ação extensionista

O plano de ação proposto comporá um conjunto de diretrizes que tem a possibilidade de ser aplicado na forma de um programa de extensão que será denominado de **PROGRAMA DE PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO E DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL (ProgSocial)** cujo o objetivo é disseminar os conceitos relativos aos empreendedorismo social e à modelagem de negócios de impacto social entre discentes, docentes e técnicos-administrativos da UFAL, além de membros da sociedade em geral.

A necessidade de estruturar um plano de ação se dá porque a promoção do empreendedorismo através da educação não pode ser entendida como um processo, já que não é plausível ensinar estudantes com a linearidade de uma linha de produção. O desejável é construir um ambiente que favoreça o empreendedorismo, a partir de um conjunto de técnicas e habilidades que favoreçam a cultura empreendedora (SILVA, MANCEBO e MARIANO, 2017).

Quatro fases distintas são estruturadas, como ações de extensão específicos, que são: disseminação, fomento, viabilização e geração de conhecimento. Os próximos tópicos abordarão cada uma dessas fases e como cada ACE é utilizada para potencializar o programa como o todo. Serão trazidos também os objetivos específicos de cada fase.

4.1.1 Coordenação e Execução do ProgSocial

Propõe-se que a coordenação do Programa seja de responsabilidade da Coordenação de Inovação e Empreendedorismo da Universidade (CIE - UFAL). Esta coordenação, engloba o NIT (Núcleo de Inovação Tecnológica) da UFAL, criado pela Resolução 015/2008, e que tem como objetivo dar apoio as ações que tenham por fundamento a inovação tecnológica em todos os segmentos da ciência e da tecnologia (UFAL, 2018); e a INCUBAL, que é a Incubadora de Empresas desta Universidade.

Os principais objetivos específicos que devem ser atendidos pela coordenação do **ProgSocial** são:

- Implementar e monitorar todas as etapas do Programa;
- Promover e operacionalizar a agenda dos cursos e eventos que fazem parte desse programa;
- Executar e/ou auxiliar o lançamento de todos os editais e chamadas públicas previstas no escopo do programa;
- Articular com as incubadoras, empresas juniores e outros mecanismos de inovação da UFAL para que eles atendam a negócios de impacto social, auxiliando os mesmos na medida do possível;

Para atender aos objetivos descritos acima, o ProgSocial deve, de forma contínua, e anualmente, atender as seguintes fases, as quais devem estar atreladas a um cronograma que pode ser definido pela CIE, obedecendo o calendário da Universidade e em consonância com o calendário de atividades da PROEXT.

4.1.2 Fase 1 - Disseminação

Essa fase tem como objetivo colocar a comunidade universitária em contato com os conceitos ligados ao empreendedorismo social e dos negócios de impacto social. Recomenda-se pelo menos a realização de um curso de extensão e ou um evento que venha a tratar deste tema, por serem modelos de abordagem coletivas permitindo o alcance do maior número de pessoas.

Para a realização de um curso de extensão, as seguintes estratégias podem ser utilizadas: Realização de parceria com atores do ecossistema de negócios de impacto social e/ou a utilização de docentes da UFAL que sejam especialistas na área. Em qualquer um dos casos, requer articulação da coordenação do programa seja para firmar instrumentos jurídicos de

parceria como termos de cooperação técnica, seja para prospectar docentes que queiram realizar os cursos.

Haveria também a oferta permanente por meio de um ambiente virtual de aprendizagem (AVA) de cursos à distância de extensão. Entre os assuntos que podem ser abordados, temos:

- Empreendedorismo;
- Características do Comportamento Empreendedor;
- Classificações do empreendedorismo;
- Empreendedorismo social;
- Terceiro Setor;
- Setor 2.5;
- Legislação aplicável e mecanismos de incentivo
- Nova economia;
- Modelos de negócios disruptivos;
- Negócios de impacto Social;
- Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável;
- Inovação social;
- Ecossistema de negócios de impacto;
- Mensuração de impacto social;
- Objetivos do Desenvolvimento sustentável;
- Modelagem de negócio por meio do *Canvas*;
- Modelagem de negócio por meio do *design thinking*;
- Plano de Negócios;

No quadro 02, podemos visualizar uma proposta de eventos de extensão para oferta ao público, como uma recomendação de periodicidade.

Quadro 02 – Grade de programação de eventos do programa de extensão

TÍTULO	OBJETIVO	PERIODICIDADE
Hackathons	Desafios tecnológicos de programação a fim de desenvolver soluções para áreas críticas.	Quadrimestral
Seminários	Conjunto de palestras e mesas redondas a fim de expor o estado da arte do tema, bem como estimular o debate crítico sobre o tema.	Quadrimestral
Feira de Carreiras em empreendedorismo social	Usando o modelo de feira de profissões utilizando no ensino médio, o mesmo pode ser replicado para oportunidades no setor de empreendedorismo social, além de servir como recrutamento	Anual

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.1.3 Fase 2 - Fomento

A fase do fomento no programa tem como objetivo principal desenvolver ações que permitam a aplicação dos conhecimentos aprendidos na fase da disseminação e, dessa maneira, incentivar a criação de modelos de negócios baseados nos conceitos de negócios de impacto social pela comunidade universitária.

Outros objetivos nesta fase são:

- Promover a integração da UFAL com a sociedade, principalmente comunidades de risco;
- Estimular o desenvolvimento de soluções inovadoras e criativas de impacto social;
- Articular parcerias com instituições promotoras do empreendedorismo social e/ou dos negócios de impacto social a fim de fortalecer o sistema local de negócios de impacto;
- Desenvolver mecanismos propulsores para os negócios de impacto social;

Para o alcance dos objetivos traçados nessa fase, é necessário que a coordenação do ProgSocial atenda aos requisitos já consolidados pelos modelos de propostas de ações extensionistas definidos pela PROEX e incentive a comunidade envolvida com a temática do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social a submeter e executar no âmbito da UFAL os seus projetos de extensão alinhados com esses objetivos. Algumas recomendações de temáticas de projetos a serem implementados nessa fase são:

- **Projetos de integração com as comunidade**, com a finalidade de promover a interação entre discentes e comunidades carentes alagoanas. Esses projetos poderiam ser prospectados por meio de editais;

- **Projetos de resolução de problemática**, com a finalidade promover o contato direto do discente com as principais necessidades sociais presentes nos dias atuais. Esses projetos poderiam ser oportunizados por meio de editais que apresentariam desafios, baseados em alguma das 17 ODS, e os discentes desenvolveriam um modelo de negócio de impacto social para resolução desse desafio;

- **Projetos em parceria com atores do sistema local de impacto social**, com o intuito de promover, fortalecer e/ou desenvolver os negócios de impacto social em Alagoas.

4.1.4 Fase 3 - Viabilização

A fase da viabilização no programa tem como objetivo principal a consolidação, o amadurecimento e a validação dos modelos de negócios baseados nos conceitos de negócios de impacto social.

Outros objetivos associados a essa fase são:

- Preparação dos ambientes de inovação da UFAL para receber os negócios de impacto social;
- Criação de novos ambientes e mecanismos de inovação da UFAL para viabilizar negócios de impacto social;
- Articulação de parcerias para possibilitar o assessoramento de negócios de impacto social advindos do programa;

Para essa etapa uma série de ações devem ser instituídas, considerando o ambiente atual da UFAL, as quais são abordadas nos subtópicos abaixo.

4.1.4.1 Incubação de empresas

Segundo Aranha (2016) incubadoras de empresas são entidades que têm a função de oferecer suporte a empreendedores para que eles possam desenvolver ideias inovadoras e transformá-las em empreendimentos de sucesso, oferecendo infraestrutura, capacitação e suporte gerencial, além de orientação aos empreendedores sobre aspectos administrativos, comerciais, financeiros e jurídicos. Atualmente, a UFAL possui incubadoras e, é recomendável que ocorra um processo de capacitação para os responsáveis pelas incubadoras com o intuito de acatar e entender o empreendedorismo social e os negócios de impacto social.

Permaneceria como função das incubadoras determinar os parâmetros de aceitação dos negócios de impacto social, bem como a efetivação das chamadas públicas para esse fim.

4.1.4.2 Ações de Empresas Juniores (EJs)

Segundo a Lei 13.267 de 2016, empresas juniores são associações civis gerida por estudantes matriculados em cursos de graduação de instituições de ensino superior, com o propósito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento acadêmico e profissional dos associados, capacitando-os para o mercado de trabalho (Brasil, 2016). Atualmente, a UFAL possui 10 empresas juniores

Logo, recomenda-se uma articulação da coordenação do ProgSocial com o movimento das empresas juniores de Alagoas de forma que estas pudessem atender as propostas de negócios de impacto social, viabilizados por alguma forma de contrato de parceria.

4.1.4.3 Assessoramento de negócios de impacto ambiental

Similar ao proposto com as empresas juniores, pode ser fomentado a prestação de serviços de consultoria, assessoria, propriedade intelectual, emissão de laudos técnicos, atendimento jurídico e judicial para negócios de impacto social. Dessa forma, em simultâneo, a UFAL estaria contribuindo para o fortalecimento do ecossistema, como também estaria desenvolvendo as habilidades profissionais dos seus discentes por meio de práticas extensionistas.

4.1.5 Geração de Conhecimento

A geração de conhecimento seria uma fase transversal do ProgSocial proposto.

Essa fase do programa teria como objetivo principal gerar e disseminar conhecimento sobre empreendedorismo social e negócios de impacto social a partir das ações desenvolvidas pelo programa.

Para o alcance desse objetivo, recomenda-se a criação de um **núcleo de estudos do setor 2,5**. Esse núcleo teria como objetivos específicos:

- Dar publicidade as ações do ProgSocial por meio da coleta e disseminação via os meios de comunicação disponibilizados pela UFAL das informações e dos acontecimentos das demais fases;
- Estimular a criação de infográficos, e-book, e, principalmente, artigos científicos publicados em meios relevantes;

4.1.6 Implementação do ProgSocial

A partir das propostas citadas no capítulo, é possível construir um conjunto de diretrizes visando à implantação e à execução ProgSocial. Tais diretrizes são descritas no quadro 03.

Quadro 03 – Diretrizes para Execução do ProgSocial.

DIRETRIZES	GUIDELINES	JUSTIFICATIVAS
Pré-Programa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinação dos responsáveis pela coordenação do programa; 2. Redação e submissão do ProgSocial em consonância com as normas da UFAL; 3. Articulação com parceiros locais do sistema local de inovação; 4. Desenvolvimento de ferramentas de gestão do ProgSocial baseadas em melhoria contínua; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Assegurar o comprometimento dos envolvidos a fim de que os objetivos estabelecidos sejam alcançados; 2. Garantir a adequação do ProgSocial às normas vigentes na UFAL estabelecendo meios de alcançar os objetivos delineados para o programa; 3. Promover a integração com o sistema local de inovação a fim de maximizar os benefícios estabelecidos no objetivo do ProgSocial; 4. Tornar cíclico e permanente a execução das fases, sempre tratando de incrementar potenciais melhorias decorrentes de novas aprendizagens;
Fase 1 - Disseminação	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programar e executar agenda de cursos de extensão correlatos ao ProgSocial; 2. Programar e executar da agenda de eventos correlatos ao ProgSocial; 	Promover a assertividade nos temas e formatos para alcançar o maior número potencial de pessoas, disseminando a temática dos negócios de impacto social;

Fase 2 – Fomento	1. Programar e executar editais previstos no escopo do ProgSocial;	1. Garantir a assertividade dos editais e sua contribuição para o ProgSocial conforme objetivos específicos já delineados;
Fase 3 – Viabilização	<p>1. Preparação dos habitats de inovação;</p> <p>2. Parceirização com as empresas juniores;</p> <p>3. Prestação de serviços para assessoramento de negócios de impacto social;</p>	<p>1. Garantir que os habitats de inovação da UFAL estejam aptos para receber futuros modelos de negócios baseados em negócios de impacto social maximizando suas chances de sucesso;</p> <p>2. Garantir que as empresas juniores estejam aptas a assessorar modelos de negócios baseados em negócios de impacto social a fim de maximizar suas chances de sucesso;</p> <p>3. Garantir prestação de serviços de qualidade a fim de maximizar as chances de sucesso de modelos de negócios baseados em negócios de impacto social;</p>
Fase 4 – Geração de conhecimento	1. Criação do núcleo de estudos do setor 2,5	1. Desenvolver mecanismos para disseminar os conhecimentos gerados pelo programa, bem como formas de eficiente de comunicar a

		sociedade as ações que estão sendo desenvolvidas.
--	--	---

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.2 Considerações Finais

Reforça-se que o objetivo de apresentar um plano de ação no formato de programa de extensão é por acreditar que este seja o melhor ferramental para a promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social pela UFAL.

Dessa maneira, pode-se ter ações transversais, que focam na popularização dos negócios de impacto social, ao mesmo tempo que: fortalece a Hélice Quadrupla (Universidade – Empresa – Governo – Sociedade), e aproxima a academia da sociedade ao cocriar conhecimento, preservando os princípios da indissociabilidade do ensino, da pesquisa e da extensão, tendo também a possibilidade de melhorar a qualidade de vida do povo alagoano em consequência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acredita-se que foi alcançado o objetivo do presente do trabalho que é investigar como o empreendedorismo social e os negócios de impacto social são promovidos dentro da extensão universitária da UFAL, propondo ações de melhoria e desenvolvimento. Contudo algumas impressões finais precisam ser trazidas.

Sobre a extensão universitária.

É importante ressaltar o conceito firmado pela FORPROEX (2012), para isso, o produto final dessa dissertação tenta emular tal conceito, promovendo um cenário em que a extensão universitária possa ser um processo interdisciplinar, indissociável da pesquisa e do ensino, que contribua para o saber crítico dos alunos e que, conseqüentemente, promova transformações significativas para a sociedade em geral.

Sobre a promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social

Existe uma necessidade, inclusive acadêmica, de impulsionar os negócios de impacto social, pois, como afirma Kotler (2010 *apud* CHAVES, 2014) a filantropia não estimula a transformação da sociedade, que a filantropia é uma causa para a transformação, motivando impacto apenas de curto prazo.

Outro ponto de destaque é que deve-se impulsionar as pesquisas acadêmicas ligadas à temática do empreendedorismo social uma vez que esse campo de pesquisa é muito recente, tendo seu primeiro programa criado pelo pioneiro do tema, Gregory Dees, junto a alguns estudantes interessados sobre o tema, na universidade estadunidense de Harvard, em meados da década de 1990 (PARENTE, DIOGO E COSTA, 2014). Dessa maneira, pode se criar cada vez mais massa crítica sobre esse assunto e verificar outras formas de minimizar os impactos sociais e gerando valor empresarial ao mesmo tempo

Por último, independente da consequência trazida pela investigação desse tema, é importante salientar que a busca por um propósito mais elevado nos empreendimentos não é algo recente. Ao contrário, foi construída ao longo de décadas, tendo sido originadas em outras frentes, como no *triple bottom line* da sustentabilidade, no conceito de valor compartilhado – discutido por Michael Porter e Mark Kramer no livro *Creating Shared Value* – e na ideia de capitalismo consciente, debatida por John Mackey e Raj Sisodia em *Conscious capitalism: liberating the heroic spirit of business* (BARKI, 2015). Conclui-se assim que os negócios de impacto são uma consequência ao desejo latente de uma parte da população que quer trabalhar

com um propósito claro, não sendo simplesmente uma pressão de consumidores mais conscientes, mas uma força que vem do próprio sistema interno das organizações, movida por uma nova geração de empreendedores e colaboradores mais engajados em causas sociais (BARKI, 2015).

Sobre o NIT/UFAL, a propriedade intelectual e a transferência de tecnologia

O NIT/UFAL coordenar um programa de extensão como descrito na presente dissertação permite que o mesmo tenha papel central no desenvolvimento do ecossistema de negócios de impacto social alagoano e, simultaneamente, também possibilita o avanço das temáticas da propriedade intelectual e da transferência de tecnologia dentro da inovação social.

Negócios de impacto social devem criar modelos de negócios escaláveis, viáveis, sustentáveis financeiramente e que auxiliam a agenda 2030 para isso precisam investir em inovação e tecnologia social. É nesse ponto, que há a possibilidade de desenvolvimento de patentes, registros de marcas e desenhos industriais, além de direitos autorais.

O NIT/UFAL tem o papel de disseminar os conhecimentos sobre a valoração da propriedade intelectual, bem como promover os caminhos para os devidos registros. Além de assegurar à assertividade de possíveis transferência de tecnologia sociais desenvolvidas no âmbito do programa.

Sobre o ProgSocial

Salienta-se que o proposta de programa de extensão apresentada no capítulo V da presente da dissertação possui adaptabilidade para ser utilizado por quaisquer unidades acadêmicas da UFAL, bem como por outras instituições de ensino superior sejam elas privadas ou públicas. Para isso, as *guidelines* de implementação do programa, item 5.1.6, além de todo o escopo, foram desenvolvidas para atender ao formato proposto de um programa de extensão pela FORPROEX (2007, 2012), além do objetivo de disseminar conhecimentos sobre negócios de impacto social e, por consequência, fortalecer o ecossistema de negócios de impacto.

Sobre futuros trabalhos

Para futuros trabalhos, os pontos chaves a serem trabalhados são:

- O impacto da implementação do programa aqui apresentado, bem como a validação do mesmo;
- Análise do ambiente de promoção do empreendedorismo social e de fomento aos negócios de impacto social no estado de Alagoas;

- Promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social nos demais tripés da UFAL: Pesquisa e Ensino;
- O avanço do tema do empreendedorismo social dentro da universidade e dentro do ecossistema empreendedor;
- O desenvolvimento de ferramentas de gestão dos negócios de impacto; e
- Estudos comparativos com países que possuem modelos jurídicos implementados para negócios de impacto, como Inglaterra e Estados Unidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMANI INSTITUTE. **Inovação na Prática.** Disponível em <<https://amaniinstitute.org/pt/why-we-are-unique/hands-on-innovation/>>, Acessado em 29 Dez. 2018, 16:42.

ARANHA, José Alberto Sampaio. **Mecanismos de geração de empreendimentos inovadores: mudança na organização e na dinâmica dos ambientes e o surgimento de novos atores.** Brasília, DF : ANPROTEC, 2016. Disponível em <<http://anprotec.org.br/site/ebooks/mecanismos-de-geracao-de-empreendimentos-inovadores/>>. Acessado em 16 de out. 2018, 22:36.

ARRUDA, Carlos; BURCHART, Ana; DUTRA, Michele. **Sebrae – estudos teóricos referenciais sobre educação empreendedora, relatório da pesquisa bibliográfica sobre empreendedorismo e educação empreendedora /** Carlos Arruda, Ana Burchart e Michele Dutra. SEBRAE – MG, 2016.

ARTEMISIA. **Negócios de impacto social – Nosso conceito.** <<http://artemisiamg.org.br/conteudo/negocios/nosso-conceito.aspx>> Acessado em 19 de fev. 2018, 21:38.

AUDY, Jorge Luis Nicolas. **Entre a tradição e a renovação: os desafios da universidade empreendedora.** In: MOROSINI, Marília. A universidade no Brasil: concepção e modelos. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2ª ed., 2011. P. 267 – 274.

BAGGIO, Adelar Franciso; e BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: conceitos e definições.** Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1), p. 25-38, 2014.

BARBOSA, Aline dos Santos; MORAES, Edmilson Alves; ROMANI-DIAS, Marcello. **The social and the economic in social business: proposition of a conceptual model.** Revista Capital Científico – Eletrônica (RCCe) – ISSN 2177-4153 – Vol. 15 n.4 – Outubro/Dezembro 2017. Recebido em 27/07/2017 – Revisado em 23/08/2017 - Aprovado em 28/08/2017 – Publicado em 01/10/2017. Avaliado pelo sistema Double Blind Review – Editor: Dr. João Francisco Morozini

BARKI, Edgard. **Negócios de impacto: tendência ou modismo?.** Gvexecutivo • V 14 • N 1 • Jan/Jun 2015

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p.

BRASIL. **Plano Nacional de Educação 2014-2024** [recurso eletrônico] : Lei nº 13.005, de 25 de junho de 2014, que aprova o Plano Nacional de Educação (PNE) e dá outras providências. – Brasília : Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2014. 86 p. – (Série legislação ; n. 125)

BRASIL. **Decreto nº 9.394**, DE 20 DE DEZEMBRO DE 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Diário Oficial, Brasília, DF, 20 dez. 1996.

BRASIL. **Lei 13.267**, de 6 de Abril de 2016. Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior. Diário Oficial, Brasília, DF, 6 abri. 2016

CARAYANNIS, Elias G.; CAMBELL, david F. J.. **Open innovation diplomacy and a 21st century fractal research, education and innovation (freie) ecosystem: building on the quadruple and quintuple helix innovation concepts and the “mode 3” knowledge production system.** Disponível em <http://www.springer.com/cda/content/document/cda_downloaddocument/9781461420613-c1.pdf?SGWID=0-0-45-1263639-p174250662>. Acesso em 20 de Mar. 2018, 22:28.

CARLSSON, B.; BRAUNERHJELM, P.; MCKELVEY, M.; OLOFSSON, C.; PERSSON, L.; YLINENPÄÄ, H. **The evolving domain of entrepreneurship research.** Small Business Economics, 41, p. 913-930. 2013

CARVALHO, Conceição de Maria Belfort de; CUTRIM, Kláutenys Dellene Guedes; COSTA, Sarany Rodrigues de. **Empreendedorismo cultural e turismo: perspectivas para desenvolvimento das indústrias criativas no bairro da Madre Deus**, São Luís (Maranhão, Brasil). Bol. Mus. Para. Emílio Goeldi. Cienc. Hum., Belém, v. 12, n. 2, p. 629-646, maio-ago. 2017.

CHAVES, Thiago José. **O papel das multinacionais no desenvolvimento de negócios de impacto social no Brasil.** São Paulo, SP. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Escola Superior de Propaganda e Marketing, 2014. Disponível em <http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/thiago_chaves.pdf>. Acesso em 23 de jan. 2018, 11:20.

DEES, J. Gregory. **O significado do empreendedorismo social**, tradução de *The Meaning of Social Entrepreneurship*, Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, The Fuqua

School of Business, Duke University, 2001. Disponível em < <http://www.uc.pt/feuc/ceces/ficheiros/dees>>, acessado em 08 de fev. 2018, 21:09.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo na prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007, p. 11-16.

ETZKOWITZ, Henry. **Innovation in innovation: the triple helix of university-industry government relations**. *Social Science Information*, v. 42, n. 3, p. 293-337, 2003. Disponível em < ssi.sagepub.com >, acessado em 28 Dez. 2018, 17:16.

FIATES, Gabriela G. S.; *et. al.*. **Sistema de inovação brasileiro, desafios, estratégias, atores: um benchmarking a partir de sistemas internacionais de inovação**. *RACEF – Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*. v. 8, n. 3, p. 16-33, 2017.

FILLION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. *Revista de Administração, São Paulo*, v. 34, n. 2, p. 05-28, abril/junho, 1999.

FORÇA TAREFA DAS FINANÇAS SOCIAIS. **O que são negócios de impacto**. Disponível em < <https://forcatarefainancassociais.org.br/o-que-sao-negocios-de-impacto/>>, Acessado em 01 de Abr. 2018, 19:55.

FORPROEX. **Extensão universitária: organização e sistematização**; Organização: Edison José Corrêa. Belo Horizonte: Coopmed, 2007.

FORPROEX. **Política nacional de extensão universitária**. Manaus: Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras, 2012. Disponível em: < <http://proex.ufsc.br/files/2016/04/Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Extens%C3%A3o-Universit%C3%A1ria-e-book.pdf>>, acessado em 31 de Mar. 2018, 17:31.

FREITAS, Carlos Cesar G. ; SEGATTO, Andrea Paula. **Ciência, tecnologia e sociedade pelo olhar da tecnologia social: um estudo a partir da teoria crítica da tecnologia**. *Cad. EBAPE.BR*, v. 12, nº 2, artigo 7, Rio de Janeiro, Abr./Jun. 2014. P. 303-320.

Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil : 2016** \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2017.

GOMES, Myller Augusto Santos; e PEREIRA, Fernando Eduardo Canziani. **Hélice tríplice: um ensaio teórico sobre a relação Universidade-Empresa-Governo em busca da Inovação**. *Int. J. Knowl. Eng. Manage.*. Florianópolis, v.4, n.8, p.136-155, mar/jun. 2015.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. **Perfil profissional e mercado de trabalho: relação com a formação acadêmica pela perspectiva de estudantes universitários**. Estudos de Psicologia, Natal, vol.7, n.2, p.299-309, 2002.

GRI;UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT; WBCSD. **Guia dos ODS para as empresas: diretrizes para implementação dos ODS na estratégia dos negócios**. Disponível em <<http://cebds.org/publicacoes/guia-dos-ods/#.XAHW5GhKjIU>> . Acessado em 30 de Nov. 2018. 21:40

JEZINE, Edineide. **As práticas curriculares e a extensão universitária**. Anais do 2º Congresso Brasileiro de Extensão Universitária Belo Horizonte – 12 a 15 de setembro de 2004

JULIANI, Douglas Paulesky *et.al.*. **Inovação social: perspectivas e desafios**. Espacios. ISSN 0798 1015, Vol. 35 (Nº 5) Ano 2014

ICE. **Desenvolvendo negócios de impacto social: modelagem de negócios e modelos de receita**. In: Conferência ANPROTEC 2018, Goiânia: 2018.

MANUAL DE OSLO. **Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3. ed. Paris: OCDE, 2005.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Qual é a diferença entre faculdades, centros universitários e universidades?** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?Itemid=86&id=116&option=com_content&view=article>. acessado em 10 de mar. 2018, 22:15.

MOITA, Filomena M. G. da S. C.; e ANDRADE, Fernando C. B. . **Ensino-pesquisa-extensão: um exercício de indissociabilidade na pós-graduação**. Revista Brasileira de Educação, v. 14, n. 41, maio/ago. 2009

NOBEL PRIZE. **The Nobel Peace Prize 2006**. Disponível em <http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2006/> Acessado em 31 de Mar. 2018, 10:49.

NOVO, Luciana Florentino; e MELO, Pedro Antônio. **Universidade empreendedora: fortalecendo os caminhos para a responsabilidade social**. In: III Coloquio Internacional sobre gestión universitária em América del Sur, Buenos Aires: 2003

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias**. Rev. FAE, Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004.

OLIVEIRA, Fabiana Moraes. **Empreendedorismo: teoria e prática**. Rev. Especialize Online, Goiania, ed. 3, mai. 2012.

PARENTE, Cristina; DIOGO, Vera; COSTA, Daniel. **Empreendedorismo social em Portugal: educação para o empreendedorismo social**. Universidade do Porto, 2014, 357 - 412

PESSOA, Eliana. (2005). **Tipos de empreendedorismo: semelhanças e diferenças**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/tipos-de-empreendedorismosemelhancas-e-diferencas/10993>>. Acessado em 21 de fev. 2018, 22:28.

PETRINI, Maira; SCHERES, Patrícia; BACK, Léa. **Modelo de negócios com impacto social**. RAE | São Paulo | V. 56 | n. 2 | mar-abr 2016

PIPE SOCIAL. **1º mapa de negócios de impacto social + ambiental**. 2017. Disponível em <<https://pipe.social/mapa2017>>, acessado em 04 de Abr. 2018, 22:27.

RABBAT, Ilaina; e PAUL, Roshan. **Seven elements of social innovation**. In: Stanford Social Innovation Review, 2014. Disponível em <https://ssir.org/articles/entry/seven_elements_of_social_innovation>, Acessado em 29 Dez. 2018, 17:00.

SCHIMITZ, Ademar *et. al.*. **A inovação e o empreendedorismo e a sua relação com o ensino, a pesquisa e a extensão nas universidades brasileiras**. XV COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA – CIGU Desafios da Gestão Universitária no Século XXI Mar del Plata – Argentina 2, 3 e 4 de dezembro de 2015.

SEBRAE. **Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec**. Disponível em < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD> > Acessado em 07 de fev. 2019, 22:26.

SEBRAE; ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras 2016**. Disponível em <http://cer.sebrae.com.br/wp-content/uploads/2015/12/Pesquisa-Endeavor.pdf>. Acessado em 12 de Mar de 2018, 21:16.

SEBRAE. **Negócios sociais: uma maneira inovadora de empreender e fazer o bem**. 2013. Disponível em < http://maratonadenegociossociais.com.br/sc/wp-content/themes/maratona/file/cartilha_ns_ii.pdf > . Acessado em 02 de Abr. 2018, 22:04

SERRANO, R. M. S. M.. **Conceitos de extensão universitária: um diálogo com Paulo Freire** http://www.prac.ufpb.br/copac/extelar/atividades/discussao/artigos/conceitos_de_extensao_universitaria.pdf Acessado em 24 de fev. 2018, 22:27

SIGAA UFAL. Acessado em < http://sigaa.sig.ufal.br/sigaa/public/extensao/consulta_extensao.jsf > , 11 de out. 2018, 14:41.

SILVA, Fabiano André Gonçalves; De SOUZA, Washington José. **Empreendedorismo social desenvolvedor de capital social: estudo do projeto oasis de intervenção universitária.** Revista Estudos do CEPE, Santa Cruz do Sul, n37, p.172-189, jan./jun. 2013.

SILVA, Fabiane da Costa e; MANCEBO, Rafael Cuba; e MARIANO, Sandra Regina de Holando. **Educação empreendedora como método: o caso do *minor* em empreendedorismo e inovação da UFF.** Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v.6, n.1, p. 196-216, Jan/Abr. 2017.

SILVEIRA, Denise Tolfo; e CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. **A Pesquisa Científica** In: GERHARDT, Tatiana Engel; e SILVEIRA, Denise Tolfo. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

UFAL. Regulamenta as ações de extensão como componente curricular obrigatório nos projetos pedagógicos dos cursos de graduação da UFAL. Resolução n. 04, de 19 de fevereiro de 2018.

UFAL. Núcleo de Inovação Tecnológica. Disponível em < <https://ufal.br/ufal/pesquisa-e-inovacao/inovacao-tecnologica/nucleo-de-inovacao-tecnologica> > Acessado em 15 de out. 2018, 22:11.

UFAL. Números da UFAL. Disponível em < <https://numeros.ufal.br/> > Acessado em 07 de fev. 2019, 22:28.

YUNUS, M.; MOINGEON, B.; LEHMANN-ORTEGA, L. **Building social business models: lessons from the grameen experience.** HEC PARIS – Working paper, v. 913, Fev. 2009. Disponível em:< <http://www.hec.fr/var/corporate/storage/original/application/4c2fc23d0007ff24248fc6f8003d468d.pdf> >. Acessado em 01 de Abr. 2018, 19:37.

YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS BRASIL. **O que são negócios sociais?.** Disponível em < <https://www.yunusnegociossociais.com/o-que-so-negcios-sociais> > Acessado em 18 de fev. 2018, 17:34.

ANEXO A – OS 17 OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



As 17 ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável), conforme estabelecido no documento Agenda 2030, são:

- ODS 1 – Acabar com a **pobreza** em todas as suas formas, em todos os lugares;
- ODS 2 – Acabar com a **fome**, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição, e promover a agricultura sustentável;
- ODS 3 – Assegurar uma **vida saudável** e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;
- ODS 4 - Garantir **educação** inclusiva e equitativa de qualidade, e promover oportunidades de aprendizado ao longo da vida para todos;
- ODS 5 - Alcançar **igualdade de gênero** e empoderar todas as mulheres e meninas;
- ODS 6 - Garantir disponibilidade e manejo sustentável da **água e saneamento** para todos;
- ODS 7 - Garantir **acesso à energia** barata, confiável, sustentável e moderna para todos;
- ODS 8 - Promover o **crescimento econômico** sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todos;
- ODS 9 - Construir **infraestrutura** resiliente, promover a industrialização inclusiva e sustentável, e fomentar a inovação;

- ODS 10 - Reduzir a **desigualdade** entre os países e dentro deles;
- ODS 11 - Tornar as **cidades** e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;
- ODS 12 - Assegurar **padrões de consumo e produção** sustentáveis;
- ODS 13 - Tomar medidas urgentes para combater a **mudança do clima** e seus impactos;
- ODS 14 - Conservar e promover o uso sustentável dos **oceanos, mares e recursos marinhos** para o desenvolvimento sustentável;
- ODS 15 - Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos **ecossistemas terrestres**, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, bem como deter e reverter a degradação do solo e deter a perda de biodiversidade;
- ODS 16 - Promover **sociedades pacíficas e inclusivas** para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis; e
- ODS 17 - Fortalecer os **mecanismos de implementação** e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.