

CONTRIBUIÇÕES DAS REDES SOCIAIS PARA A CONSOLIDAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL: um estudo de caso no empreendimento social Bairro da Juventude

CARLA SPILLERE BUSARELLO

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE (UNESC)
carlabusarello@unesc.net

SAMARA EBERHARDT SCHARDOSIM

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE (UNESC)
samara-eberhardt@unesc.net

IGOR MARTELLO OLSSON

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE (UNESC)
igor.olsson@hotmail.com

CAMILA MACHADO BARDINI

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE (UNESC)
milabardini@hotmail.com

MELISSA WATANABE

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE (UNESC)
melissawatanabe74@gmail.com

Introdução

O Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas é uma instituição que presta serviços de assistência social que visa a proteção social básica para os bairros de vulnerabilidade social da região de Criciúma - SC e conta com a uma profícua rede social que a mantém atuante há 65 anos. O conceito de redes sociais é descentralizada, flexível, dinâmica, e auto-organizável, estabelece-se por relações horizontais de cooperação” (TOMAÉL; ALCARÁ; CHIARA, 2005, p. 94).

Problema de Pesquisa e Objetivo

Buscou-se averiguar e compreender como as redes sociais contribuem para a consolidação de empreendimentos sociais, tendo como base o caso do Bairro da Juventude. Os objetivos buscam responder: Como se dá as interfaces entre empreendedorismo social e redes sociais? De que forma as redes sociais contribuem para a consolidação de um empreendimento social? Para alcance de seu objetivo, esta pesquisa utilizou como estratégia de investigação um estudo de caso na própria instituição.

Fundamentação Teórica

O termo empreendedorismo nos remete à ideia de criação de novos negócios, ou a iniciativa dos indivíduos na geração de algo diferente do existente, ou mesmo, a utilização dos recursos disponíveis para uma transformação específica de uma maneira criativa. Dornelas (2008) confirma esta afirmação dizendo que o empreendedorismo pode ser visto sob a ótica de reconhecimento de uma oportunidade seguido da criação de um empreendimento para capitalização sobre tal oportunidade.

Metodologia

A pesquisa é de essência aplicada, pois exige exploração no campo de interação entre o empreendedorismo social e as redes sociais, permitindo salientar a relevância de sua prática. Tem como estratégia adotada para a atual pesquisa um estudo de caso, no qual a abordagem é qualitativa, e os objetivos de pesquisa são descritivo e exploratório. As ferramentas utilizadas para a realização de uma coleta de dados foram entrevistas em profundidade com roteiros semi estruturados e análise bibliográfica.

Análise dos Resultados

É significativo como a interface entre o empreendedorismo social e as redes sociais agiu positivamente na consolidação e desenvolvimento do objeto de estudo. Outro fator importante que está presente na pesquisa é o apoio tanto da comunidade, assim como a parceria com várias empresas na região. Logo, salientando a eficiência das redes sociais, busca-se evidenciar os benefícios e a relevância dela nesse contexto para que possa ser aplicada também em outros meios sociais.

Conclusão

O empreendedorismo social e as redes sociais compõem uma realidade que se complementa há algum tempo e colabora uma com a outra para suas ações. A presente pesquisa alcançou o objetivo de mostrar a importância da prática desse contexto com o estudo de caso do Bairro da Juventude, no qual o Rotary Club criou redes sociais que geraram visibilidade e credibilidade, o qual se perpetua até hoje. Assim, as redes sociais são instrumentos para a consolidação e manutenção deste empreendimento social.

Referências Bibliográficas

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; CHIARA, I. G. di. Das redes sociais à inovação. Ciência da Informação, Brasília, v. 4, n. 2, p.93-104, maio/ago. 2005.

CONTRIBUIÇÕES DAS REDES SOCIAIS PARA A CONSOLIDAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL: um estudo de caso no empreendimento social Bairro da Juventude

INTRODUÇÃO

As relações interempresas já são muito utilizadas no ambiente organizacional, fazendo com que mudanças nas relações das organizações gerem transformações em vários processos, como na gestão da produção, na gestão de logística, dentre outros (OLAVE; AMATO NETO, 2001). Corroborando com a discussão, Castells (2003) afirma que são justamente as convergências entre estas novas tecnologias e a nova lógica organizacional que vem surgindo nos últimos anos que servem de gatilho para esta nova economia da informação.

O início do reconhecimento destas redes sociais como importante ferramenta organizacional se dá há algumas décadas atrás, ainda que os indivíduos se envolvam em redes desde os primórdios da humanidade (MARTELETO, 2001). Em uma rede social, cada organismo que a integra tem o seu papel e a sua identidade cultural, formando um todo consistente e homogêneo (TOMAÉL; ALCARÁ; CHIARA, 2005). É importante ressaltar que no senso comum ainda se confundem redes sociais e mídias sociais.

Neste trabalho adota-se o conceito de redes sociais como um grupo de organismos independentes que unem suas ideias e seus recursos para o alcance de objetivos e valores comuns (MARTELETO, 2001), e ainda, como “[...] uma estrutura não-linear, descentralizada, flexível, dinâmica, sem limites definidos e auto-organizável, estabelece-se por relações horizontais de cooperação” (TOMAÉL; ALCARÁ; CHIARA, 2005, p. 94). No caso dos empreendimentos sociais esta realidade é ainda mais pontual, uma vez que as relações intra e interempresas servem para consolidar o empreendimento e permitir que mais pessoas sejam atendidas por um menor custo.

Borzaga (2012) percebe os empreendimentos sociais como organizações únicas, na qual grupos de pessoas trabalham e coordenam as atividades visando o atendimento das necessidades da sociedade. No mesmo pensamento lógico, outros autores também trazem o conceito de empresas e negócios sociais, mencionado que estes tipos de instituições tem como objetivo solucionar dilemas sociais com eficiência e desenvolvimento sustentável, aplicando estratégias e critérios de mercado (COMINI; BARKI; AGUIAR, 2012; KARNANI, 2007; YOUNG; LECY, 2012).

Visando contribuir com a literatura de empreendedorismo social e redes sociais, este trabalho tem como objetivo compreender de que forma as redes sociais contribuem para a consolidação do empreendimento social Bairro da Juventude. Diante do exposto surgem algumas questões norteadoras da presente pesquisa: Como se dá as interfaces entre empreendedorismo social e redes sociais? De que forma as redes sociais contribuem para a consolidação de um empreendimento social? Para alcance de seu objetivo, esta pesquisa utilizou como estratégia de investigação um estudo de caso na própria instituição.

O Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas, foi criado na cidade de Criciúma, estado de Santa Catarina (SC) no ano de 1949, por iniciativa do Rotary Clube da região. A Instituição foi batizada de SCAN - Sociedade Criciumense de Apoio aos Necessitados - e funcionou como internato até o ano de 1975, período em que os padres, responsáveis por manter, coordenar e organizar a Instituição, resolveram entregá-la para as lideranças comunitárias da época. Os líderes decidiram pela realização de uma Assembleia, a qual elegeu o primeiro Conselho

Deliberativo responsável pela gestão da Instituição, vale ressaltar que este mesmo conselho se mantém até os dias atuais. Sempre motivado pela responsabilidade e comprometimento com as causas sociais, o Bairro da Juventude encontrou respaldo no meio empresarial e comunitário de Criciúma e região. Fator que permitiu o crescimento da instituição, bem como o desenvolvimento de potenciais humanos por meio da educação (BAIRRO DA JUVENTUDE, 2016).

Ao longo de sua história, a Instituição sempre procurou traçar caminhos inovadores. Propondo oferecer para a comunidade do extremo sul catarinense uma política de inclusão voltada à responsabilidade social e pautada pela defesa, proteção e promoção dos direitos da criança e dos jovens, sendo esta a condição motriz para a manutenção da qualidade no ensino. Hoje o Bairro da Juventude atende em média 1.500 estudantes da região, prestando também um serviço de mobilidade com ônibus próprios da Instituição que circulam por mais de 80 bairros da cidade de Criciúma – SC, além de outros municípios vizinhos (BAIRRO DA JUVENTUDE, 2016). Hoje o Bairro da Juventude pratica centenas de ações, das mais diversas naturezas, que possibilitam o ensino e o acolhimento das crianças e jovens, sempre visando proporcionar aos estudantes a inclusão social, assegurando o pleno exercício da cidadania por intermédio da educação solidária, cultura, esporte e profissionalização. É importante ressaltar que além da educação básica, o Bairro da Juventude atende outros 450 jovens nos cursos profissionalizantes de a) mecânica de automóveis; b) eletricista de manutenção eletroeletrônica; b) programador de computador; c) mecânica geral; d) padeiro e confeitoiro; e, e) cozinha industrial.

EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O termo empreendedorismo nos remete à ideia de criação de novos negócios, ou a iniciativa dos indivíduos na geração de algo diferente do existente, ou mesmo, a utilização dos recursos disponíveis para uma transformação específica de uma maneira criativa. Dornelas (2008) confirma esta afirmação dizendo que o empreendedorismo pode ser visto sob a ótica de reconhecimento de uma oportunidade seguido da criação de um empreendimento para capitalização sobre tal oportunidade.

A temática do empreendedorismo social, seguindo esta percepção, surge a partir da idealização de mudança no cenário que envolve os ambientes social e econômico. Oliveira (2008) afirma que o empreendedorismo social se fundamenta na observação do cenário no qual se vive, buscando oportunidades de criar algo que possa colaborar para o enfrentamento da pobreza e demais desigualdades sociais. Silva (2009) defende que a diferença entre o empreendedorismo tradicional e o social está relacionada ao protagonismo para a transformação social.

Grande referência na temática, Dees (1998), aponta que para os empreendedores sociais a missão social é explícita e central, na qual o empreendedor social não visa apenas o lucro, mas sim direciona seus recursos para sustentação da sua missão de gerar transformação social e criação de valor social, reafirmando novamente sua diferença em relação ao empreendedorismo convencional. Seguindo esta mesma percepção Peredo e McLean (2006) apontam como principal e único objetivo dos empreendimentos sociais a transformação de uma realidade social e os benefícios que tal mudança trás.

Embora com objetivos distintos, as organizações sociais elaboram estratégias empresariais e praticam táticas de mercado para conseguirem sustentabilidade financeira e assim cumprirem com sua missão (MAIR, 2011). As práticas de gestão dos empreendimentos sociais se equiparam com as práticas de gestão dos empreendimentos tradicionais, entretanto as instituições

sociais precisam manter a transparência da gestão para provar a sua confiabilidade e conquistar parceiros.

REDES SOCIAIS

As redes sociais estão cada vez mais inseridas na realidade e no cotidiano das pessoas, o que vem a se tornar um processo crescente de utilização deste meio para a comunicação e realização das mais diversas atividades. Hansen (1995), define as redes sociais empreendedoras como redes de relacionamentos que retratam as relações com outras instituições, com grupos de empresas e pessoas. Ressalta-se que estas interações além de dinâmicas estão em constante evolução e crescimento, já que ao longo desta relação os empreendedores tendem a gerar credibilidade.

Borges (2011) afirma que quanto maior a variedade de contatos e redes formados pelo empreendedor, maiores serão as possibilidades de recursos, tais como fontes de fomento em espécies e de capital intelectual, assim como troca de favores entre os que integram as redes.

No caso dos empreendimentos sociais, as redes sociais em geral estão ocupando papel de grande relevância no que diz respeito à viabilização dos empreendimentos, contribuindo para o processo de consolidação dessas instituições (SILVA; MOURA; JUNQUEIRA, 2015), além de servir como meio de captação de recursos das mais diversas fontes, os empreendimentos sociais conseguem, por meio das redes, divulgar os serviços prestados e as informações sobre as suas ações que colaboram para gerar credibilidade diante da comunidade.

Junqueira (2006) contribui com esta discussão afirmando que as redes sociais são definidas como formas estratégicas das instituições sociais e para elas, desta forma afirmando novamente que as redes comumente utilizadas pela sociedade são um meio de compartilhamento de informações e conhecimentos entre grupos, pessoas e organizações. Nesta interface há a possibilidade de criar ações de inovação pelas organizações, visando promover a transformação social, onde são compartilhados conhecimentos, informações, experiências e recursos, formando um grande vínculo de solidariedade.

Portanto, a interação entre as redes sociais e o empreendedorismo social é determinante para o processo de geração de novos empreendimentos que buscam a mudança de uma realidade nos âmbitos social e econômico (GREVE; SALAFF, 2003). Logo, as redes sociais colaboram no processo de criação e durante o desenvolvimento dos empreendimentos sociais, trazendo benefícios a partir de redes de relacionamento que são constituídas, na captação de recursos e fontes de fomento das mais diversas naturezas, contribuindo também para o desenvolvimento de credibilidade das instituições a partir da facilidade de transparência dos empreendimentos que as redes sociais oferecem para sociedade (BIRLEY, 1985).

METODOLOGIA

Está pesquisa é de natureza aplicada, uma vez que será capaz de gerar conhecimentos de aplicação prática, com a finalidade de compreender as interfaces entre empreendedorismo social e redes sociais para a consolidação de um empreendimento social. Para tanto, o método de pesquisa é dedutivo, visto que o objeto empírico foi analisado sob a ótica teórica do empreendedorismo social e das redes sociais, ou seja, em um primeiro momento foram analisadas as construções teóricas da temática abordada para então obter conclusões formais acerca do objeto empírico.

A abordagem se caracteriza como qualitativa, os objetivos da pesquisa são exploratórios e descritivos. A estratégia de pesquisa adotada foi o estudo de caso, visto que seu objeto empírico é uma instituição de assistência social, tendo como desígnio compreender de forma mais aprofundada quais são as contribuições das redes sociais para a consolidação desta instituição, a partir de suas características únicas e essenciais. Como instrumento de coleta de dados foram utilizadas entrevistas em profundidade com coleta de dados, análise bibliográfica e documental.

Com relação às entrevistas em profundidade, foram entrevistados os gestores administrativos e o setor psicossocial da instituição, resultando em 4 horas, 52 minutos e 08 segundos de gravação. Para uma melhor clareza do perfil dos entrevistados e visando manter o anonimato de cada um deles, a Tabela 1 expõe estas informações de forma resumida.

Tabela 1 - Perfil dos entrevistados

NOME FICTÍCIO	CARGO	SEXO	TEMPO DE SERVIÇO
E01	Direção	Masculino	26 anos
E02	Direção	Feminino	35 anos
E03	Coordenação	Feminino	10 anos
E04	Psicóloga	Feminino	3 anos
E05	Psicóloga	Feminino	2 anos
E06	Psicóloga	Feminino	6 anos
E07	Assistente Social	Feminino	11 anos

FONTE: Elaboração Própria

Para a realização das entrevistas foram utilizados dois roteiros semiestruturados de perguntas abertas. Um com perguntas direcionadas ao setor de gestão, e outro com perguntas focadas ao setor psicossocial.

O BAIRRO DA JUVENTUDE: aspectos históricos

No final da década de 1940, a cidade de Criciúma se encontrava em crescimento em função da ascensão das mineradoras de carvão que, por consequência, atraíam novos moradores para a cidade em busca de trabalho. Entretanto, nem todos os trabalhadores conseguiam trabalho ou assistência por parte das políticas públicas, que desse conta de suas necessidades, fator que culminou em um cenário de crianças mendicantes nas ruas. Tal cenário era considerado como “vergonha social” para as classes mais abastadas compostas por grandes empresários locais e lideranças comunitárias, que logo se mobilizaram para transformar este cenário (MIRANDA; SELAU, 2003).

No ano de 1948 foi fundado o Rotary Club de Criciúma, que tomou para si a missão de sanar o problema social encontrado. Assim, no ano seguinte, em 1949, foi criada a SCAN, inspirada no modelo europeu das casas-lares, em que uma família era contemplada com uma casa para adotar 10 crianças órfãs. O modelo, por sua vez, mostrou-se inadequado para a realidade brasileira, sobretudo a realidade municipal, mas serviu como direcionador inicial ao projeto e

assim, adequá-lo àquilo que futuramente viria a se tornar um modelo de excelência segundo Miranda e Selau (2003).

Com momentos positivos e outros negativos no que tange à gestão da SCAN, somado à institucionalização da congregação rogacionista na cidade no ano de 1954, o Rotary Club cedeu a gestão do empreendimento aos padres, que logo trocaram o nome da instituição para Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas. Até o ano de 1975 a instituição exercia a função de internato, porém, mais uma vez por dificuldades na gestão, os padres rogacionistas entregaram a administração do Bairro da Juventude para a sociedade cricumense, dando assim continuidade aos trabalhos da instituição (MIRANDA; SELAU, 2003).

Na década de 1990, embora o contexto nacional fosse de crise econômica, foi o período de maior crescimento da instituição, pois observou-se um aumento do número de convênios com a instituição, desta forma mais crianças passaram a ser beneficiadas, a infraestrutura passou por uma reforma de ampliação, além de outras ações criadas e executadas pelo Bairro da Juventude (MIRANDA; SELAU, 2003). Seguindo o fluxo de crescimento, no ano de 2006 a instituição observou a necessidade de reformular seu planejamento estratégico contando assim com consultorias voluntárias de professores universitários e empreendedores renomados da região. O propósito era o melhor posicionamento no mercado e assim alcançar sucesso no processo de captação de recursos, com vistas à busca institucional de referência na prestação de serviços às crianças em situação de vulnerabilidade social.

Perfil institucional

Embora o Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas seja uma instituição de assistência social, ela também se configura como um empreendimento social dado o seu impacto na transformação social. Portanto, necessita de uma gestão focada e de excelência para alcançar a sua missão de “promover e oportunizar a transformação social, por meio da formação integral e assistência social, com processos educacionais humanizados para crianças, adolescentes, jovens e suas famílias” (BAIRRO DA JUVENTUDE, 2016).

O Bairro [da Juventude] trabalha com a **proteção social básica**. Que é a promoção e a prevenção para fortalecimento dos vínculos, quando a gente identifica alguma situação de violência aí a gente encaminha, a gente identifica? Identifica. Mas não são todas as crianças que já sofreram algum tipo de violência [...] A gente encaminha, só que **o Bairro não é o órgão de proteção dos direitos violados**, daí temos que encaminhar pro CREAS [Centro de Referência Especializado de Assistência Social], temos que encaminhar pro conselho tutelar. Não podemos tratar estas questões só aqui, internamente (E07, 2016) [Grifo nosso].

O Bairro da Juventude se enquadra como uma empresa de pequeno porte de acordo com a classificação do BNDES (2016), uma vez que seu faturamento bruto anual excede a R\$ 2,4 milhões, valor máximo para configurar um empreendimento como microempresa, e está abaixo dos R\$ 16 milhões, valor máximo para o enquadramento na categoria. Além da renda bruta anual, a instituição também se configura de pequeno porte dado o número de assistidos, 1.500 jovens com idades entre 04 meses e 18 anos, e também pelo número de funcionários que aproxima-se de 230.

Outro fator de grande relevância é o número de bairros em situação de vulnerabilidade social que a instituição atende no município de Criciúma e de outros municípios vizinhos. É importante ressaltar que o Bairro da Juventude compreende a vulnerabilidade social nas suas mais diversas perspectivas, por exemplo, se uma criança precisa ficar em casa sozinha mesmo que seja por meio período, em um bairro de vulnerabilidade social, ela está em situação de risco, então, este fator é caracterizado como uma situação de vulnerabilidade que tem a necessidade do atendimento da instituição. Além disso, para Bairro da Juventude:

Vulnerabilidade social é quando a **criança está exposta a alguma situação de risco** [...] aí tem a vulnerabilidade econômica que é a questão da renda, e dentro da vulnerabilidade social e pelo Bairro [da Juventude] **atender principalmente os territórios mais vulneráveis**, elas estão expostas a varias situações de riscos, como a situação de uso de droga, a situação de um possível abuso sexual. Isso não significa que elas sofreram, que elas usaram e nem que tem caso na família, mas **estão expostas aquelas situações porque ali nos arredores elas teriam o acesso** (E07, 2016) [Grifo nosso].

Visando a excelência da prestação de serviços, no ano de 2003 o organograma foi atualizado e foi retirado um cargo de direção, deixando apenas dois diretores, a fim de otimizar e exercer as atividades com mais efetividade. Atualmente a direção está mais focada na gestão administrativa interna e nas parcerias externas visando a melhoria da gestão estratégica para o alcance de vantagem competitiva, e conta com a coordenação geral para fazer a ponte entre direção e funcionamento interno, ou seja, a coordenação geral funciona como uma espécie de “olhos” para as direções executiva e técnica, já que estes cargos não conseguem dar conta das questões internas, visto a grande demanda de busca por parcerias, captações de recursos, entre outras atividades da alta gestão.

Assim, vale ressaltar que a gestão do Bairro da Juventude é privada com fins públicos, portanto ela precisa trilhar por dois caminhos, 1) focar na captação de recursos, seja por meio de editais abertos, ou por meio de parcerias com outras instituições; e, 2) estruturar a gestão interna definindo o montante de capital necessário para prestar um serviço cada vez melhor. Os dois caminhos visam melhorar o serviço prestado para crianças e jovens e para sua família a fim de potencializar cada vez mais a transformação social, ainda que para isso a instituição precise estar sempre inovando e crescendo.

O Bairro [da Juventude] tem a missão de fortalecer os vínculos familiares, sempre que a gente pode a gente tá trazendo a família pra cá, conversando sobre a importância dela acompanhar a criança, o adolescente, **porque a gente acredita que isso é o fundamental**. A família tem a sua responsabilidade, da mesma forma que a instituição também tem. A gente sempre tá trabalhando no sentido de dividir responsabilidades [...] Mas, como a gente chama para coisas sérias, a gente também chama para se divertir, para brincar, para uma festa ou outra (E07, 2016) [Grifo nosso].

Atualmente a instituição está passando por outro processo de reestruturação estratégica com apoio de consultoria privada especializada em organizações do terceiro setor. A excelência da gestão do Bairro da Juventude é atribuída ao constante e intensivo planejamento estratégico estudado e incorporado por toda a equipe. O grande desafio é ser o pioneiro neste aspecto no

Brasil, bem como mundialmente, e ainda manter-se em constante busca e criação de um mercado. O próximo passo é trazer o beneficiado para dentro do conselho deliberativo da instituição, por meio da assembleia.

As interfaces entre redes sociais e empreendedorismo social no Bairro da Juventude

O Bairro da Juventude, para a sua consolidação e desenvolvimento, conta com uma rede social extensa, tendo parceiros de diversas naturezas. Como esta pesquisa se propôs a analisar apenas dois setores da instituição, o de gestão e o psicossocial, a análise e discussão das redes sociais focaram nessas áreas, não correspondendo, necessariamente, a todas as redes realizadas e mantidas pela instituição. Desta forma a estratégia segue a lógica de Brown e Duguid (2001) que afirmam que o desenvolvimento não advém de uma visão focalizada no objetivo final, mas sim quando se percebe quem está ao redor e pode encaminhar a organização para um desenvolvimento ainda maior.

Uma grande rede se consolidou entre o Bairro da Juventude e a prefeitura municipal. Sendo o Bairro da Juventude uma instituição de assistência social, não seria possível obter a devida documentação para a formação e manutenção de uma escola própria. A parceria aparece portanto, como parte fundamental da rede social existente, sendo essa a responsável pela capacidade do Bairro da Juventude em oferecer o serviço educacional.

Além desta, o Bairro da Juventude possui uma rede social ampla e conta com uma série de parceiros para que a sua prestação de serviços seja desenvolvida com excelência, com o objetivo de transformar a realidade do maior número de pessoas, conforme relata a E04 (2016):

A gente busca se integrar para oportunizar ao máximo possível, a superação de condições desfavoráveis né? **Talvez a gente não consiga mudar de imediato uma realidade**, mas dá oportunidade de potencializar essa família para a superação dessa condição [...] Até a [nome] fez alguns trabalhos recentes assim, com a rede, bem bacana então a gente busca enquanto setor parcerias com a rede nesse sentido de estar se aliando, de tá expandindo nosso campo de ação. Porque assim, **a gente pode ir até onde o braço alcança, mas se a gente der as mãos a gente vai um pouco mais longe** (E04, 2016) [Grifo nosso].

Por ser uma instituição de assistência social, o Bairro da Juventude zela pelos seus assistidos de uma maneira integrada. Embora as crianças estejam dentro da instituição diariamente, devido à função da escola e das atividades disponibilizadas no contraturno, o Bairro da Juventude, além de prestar o serviço de educação básica e desenvolver atividades socioeducativas, preocupa-se com os problemas psicossociais que a criança e sua família enfrentam, buscando a manutenção da saúde, da seguridade alimentar, entre outras questões que envolvam a segurança e bem estar de cada criança e seus familiares.

A gente, enquanto setor psicossocial, **busca fazer um trabalho o mais integrado possível**, por exemplo, a gente tem uma família que tem [...] várias gestações, histórico de deficiência, então nós vamos conversar com essa unidade de saúde [do bairro em que a família reside] pra fazer uma orientação pra essa família. A gente já buscou algumas orientações ou até uma laqueadura para aquela mãe, via unidade de saúde; então **a gente acaba expandindo nosso campo de ação enquanto psicólogos e**

assistentes sociais, a gente vai indo em busca também da rede. A gente trouxe essas parcerias também (E04, 2016) [Grifo nosso].

O Bairro da Juventude compreende a importância das redes sociais, e mais do que isso, procura por elas. A instituição reconhece que sozinha ela não seria capaz de prestar os serviços que presta, nem tampouco executá-los com a excelência que os executa.

Enquanto instituição, em alguns momentos, se a gente quer dar essa atenção integral, **a gente tem que ter a humildade de entender que a gente precisa dessa rede**. E aí a gente busca através dessa intersetorialidade, essas **ações pra contemplar de forma mais integral possível**, né? Que pode ter um retrato não só aqui dentro, mas que vai ter um retrato do território, por exemplo, parcerias que a gente falou do CRAS, as vezes a gente tem que fazer algumas ações com o CREAS, a gente tem uma aproximação também com o conselho tutelar, a gente já teve que tomar algumas ações junto com o ministério público (E04, 2016) [Grifo nosso].

Como o Bairro da Juventude trabalha com a proteção social básica, faz-se necessário a efetivação de parcerias com os Centros de Referência de Assistência Social - CRAS e com os Centros de Referência Especializados em Assistência Social - CREAS dos municípios que atende, bem como com o Ministério Público e Conselhos Tutelares. Esta parceria é importante para os casos em que a segurança da criança já está comprometida e que precisam de intervenções especializadas. Além destas parcerias que contribuem para manter o bem estar da criança e seus familiares, a instituição precisa contar com a rede de parceiros que contribuem financeiramente.

Para sustentar financeiramente a sua missão de transformação social, o Bairro da Juventude procura exercer várias outras ações, como campanhas, convênios e parcerias em comunidades. Essas práticas têm como objetivo, sustentar os programas desenvolvidos pelo empreendimento visando o desenvolvimento constante da instituição e a oportunidade de oferecer um serviço de qualidade aos beneficiados. Entre as diversas ações, a campanha "Amigos do Bairro da Juventude" é um movimento em que as empresas utilizam "um selo em produtos e serviços industrializados e/ou comercializados, visando a canalização de recursos, com base no salário mínimo" (BAIRRO DA JUVENTUDE, 2016), que já envolve mais de 100 empresas parceiras.

A maior parte das captações de recursos estão ligadas às empresas. A campanha "Transforme seu débito em Crédito" mobiliza os colaboradores das empresas da região a contribuir diretamente em benefício do Bairro por meio do débito mensal da doação em sua folha de pagamento. Muito mais que envolver a comunidade e o meio empresarial da região como meio de captação de recursos para a transformação social, o Bairro da Juventude motiva outros países nesta ação. A campanha "Adoção à distância" com o apoio do Congresso Rogacionista permite que cidadãos da Suíça e Itália possam ser padrinhos, contribuindo para o progresso dos programas e atividades desenvolvidas, além de divulgar o trabalho do Bairro fora do próprio país.

O projeto "Esporte e Lazer" oferece as mais variadas modalidades esportivas, como futebol de campo, futsal, vôlei, tênis de campo, tênis de mesa, xadrez e judô, de modo a aproximar cada vez mais o aluno do mundo do esporte, dando a oportunidade de descobrir suas proficiências e suas dificuldades. O projeto atende 200 crianças e adolescentes, com idades entre

seis e dezesseis anos. Além da variedade esportiva, o projeto disponibiliza apoio pedagógico, informática, reforço alimentar e oficinas culturais.

Pessoas jurídicas também participam contribuindo "no valor de até 1% do imposto total anual sem qualquer ônus para a empresa, desde que tenha base de cálculo pelo lucro real" (BAIRRO DA JUVENTUDE, 2016). No caso de "pessoas físicas que façam a declaração do imposto de renda na forma completa têm a possibilidade de doar 6% do imposto de renda devido" (BAIRRO DA JUVENTUDE, 2016).

Uma grande parceria entre o Bairro da Juventude e a Nestlé, desde 2012 faz acontecer o programa "Nestlé Nutrir Crianças Saudáveis", com ações que visam a saúde e o bem estar alimentar das crianças, por meio de orientações sobre alimentação saudável e atendimento direcionado para jovens e crianças que se encontram fora da curva ideal (baixo peso, sobrepeso e obesidade).

Esta ampla rede social, composta por uma gama de parceiros, pode ser explicada por dois fatores: i) o desejo de contribuir com a causa pela qual a instituição empreende; e, ii) a transparência com que a gestão é executada.

Nós temos algumas práticas já de prestação de contas, com todos os parceiros nossos a gente faz. Por exemplo, a gente faz uma feijoada aqui, tem quatro empresas que são nossas parceiras e patrocinadoras, quando finaliza o evento a gente faz uma prestação de contas, quantos que rendeu, quantas pessoas vieram, que saiu na empresa, que não saiu, entendesse? Então **isso cria uma relação muito transparente e de fidelização também** (E01, 2016) [Grifo nosso].

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tanto o empreendedorismo social quanto as redes sociais são temáticas relativamente novas na literatura, entretanto, no ambiente empírico elas já existem e se complementam há algumas décadas, é o que indica o objeto de estudo desta pesquisa. Na prática, uma teoria não sobrepõe a outra, são complementares e uma contribui para a consolidação da outra. Por exemplo, o empreendedorismo social, para alcançar a sua missão de transformação social, conta com o auxílio fundamental das redes sociais, que por sua vez, encontram no empreendedorismo social o espaço para a sua consolidação e desenvolvimento.

O Bairro da Juventude, desde sua gênese, mostra como as redes sociais foram importantes para a sua solidificação e permanência no mercado. Na sua formação, o Rotary Club atuou como principal criador de redes para a consolidação do empreendimento, viabilizando o apoio da comunidade e das empresas da região. Ao longo dos anos, para a captação de recursos, as empresas continuaram sendo grandes parceiras na manutenção da instituição. E, nas últimas décadas, as parcerias com outras instituições que prestam serviços semelhantes, bem como com profissionais de saúde, configurou uma importante rede de auxílio para o setor psicossocial.

Ainda que as redes sociais se configurem como fortes aliadas do Bairro da Juventude, para a criação e manutenção destas redes a instituição dispõe de grandes esforços para que seja bem vista e conquistem a confiança dos parceiros. É necessário aparecer regularmente nas mídias locais para mostrar a seriedade e resultados do trabalho realizado, além de precisar participar sempre de eventos de *networking* e visitas às empresas parceiras.

Ainda assim, pode-se compreender que as redes sociais são um instrumento fundamental para a consolidação de empreendimentos sociais, uma vez que encontrar parceiros que auxiliem

no alcance do objetivo de uma organização de cunho social, é importante para a excelência da instituição, bem como para a transformação de realidades sociais.

REFERÊNCIAS

- BAIRRO DA JUVENTUDE. 2016. Disponível em: <<http://www.bairrodajuventude.org.br/bairroci/#PG12>>. Acesso em: 07 jul. 2016.
- BIRLEY, S. **The role of networks in the entrepreneurial process**. Journal of Business Venturing, 1(1), 107-117, 1985.
- BNDES. **Porte de empresas**. Disponível: <<http://www.bndes.gov.br/>>. Acesso em: 10 jul. 2016.
- BORGES, C. O papel do capital social do empreendedor na criação de empresas tecnológicas. **Revista de Administração e Inovação**, 8(3), 162-181, 2011.
- BORZAGA, C.; DEPEDRI, S.; GALERA, G. Interpreting social enterprises. **RAUSP - Revista de Administração da Universidade de São Paulo**. v. 47, n. 3, p. 389-409, 2012.
- BROWN, J. S.; DUGUID, P. **A vida social da informação**. São Paulo: Makron Books, 2001. 284 p.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2003. 697 p.
- COMINI, G. M.; BARKI, E.; AGUIAR, L. T. A three-pronged approach to social business: A Brazilian multi-case analysis. **RAUSP - Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 47, p. 385-397, 2012.
- DEES, J. G. **Enterprising nonprofits**. Harvard business review, v. 76, p. 54-69, 1998.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- GREVE, A.; SALAFF, J. W. **Social networks and entrepreneurship**. Entrepreneurship Theory e Practice, 28(1), 1-22, 2003.
- HANSEN, E. L. **Entrepreneurial network and new organization growth**. Entrepreneurship: Theory e Practice, 19(4), 7-19, 1995.
- JUNQUEIRA, L. A. P. A. Organizações sem fins lucrativos e redes sociais na gestão das políticas sociais. In: CAVALCANTI, M. (Org.). **Gestão social, estratégias e parcerias: redescobrimo a essência da administração para o terceiro setor**. São Paulo: Saraiva, 2006. v. 1, p. 195-218.
- KARNANI, A. The mirage of marketing at the bottom of the pyramid: How the private sector can help alleviate poverty. **California Management Review**, v. 49, n. 4, p. 90-111, 2007.
- MAIR, J. Social Entrepreneurship: Taking Stock and Looking Ahead. **Working Paper**. Barcelona: IESE Business School, University of Navarra, 2011.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência de informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p.71-81, jan./abr. 2001.

MIRANDA, A. L.; SELAU, M. **Bairro da Juventude: 50 anos de história a filantropia na poeira do carvão**. Criciúma: Unesc, 2003.

OLAVE, M. E. L.; AMATO NETO, J. REDES DE COOPERAÇÃO PRODUTIVA: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas. **Gestão & Produção**, São Paulo, v. 8, n. 3, p.289-303, dez. 2001.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo Social: Da Teoria à Prática, do Sonho à Realidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

PEREDO, A. M.; MCLEAN, M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. **Journal of World Business**, v. 41, p. 56 – 65, 2006.

SILVA, A. V. **Como empreendedores sociais constroem e mantêm a sustentabilidade de seus empreendimentos**. 2009.112f. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro. 2009.

SILVA, M. F; MOURA, L. R; JUNQUEIRA, L. A. P. As Interfaces entre Empreendedorismo Social, Negócios Sociais e Redes Sociais no Campo Social. **Revista de Ciências da Administração**, v. 1, n 42, p. 121-130, 2015.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; CHIARA, I. G. di. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 4, n. 2, p.93-104, maio/ago. 2005.

YOUNG, D.; LECY, J. Defining the universe of social enterprise: Competing metaphors. **NYU - Stern Conference on Social Entrepreneurship**. New York, 2012.