

**30 de setembro a 4 de outubro**  
Ponta Grossa - PR - Brasil

**PROJETO DE CIDADANIA “CRIANDO ARTE” COMO INSTRUMENTO DE  
EMPREENDEDORISMO SOCIAL E SEUS BENEFÍCIOS**  
**CITIZENSHIP PROJECT “CREATING ART” AS AN INSTRUMENT OF SOCIAL  
ENTREPRENEURSHIP AND THEIR BENEFITS**

**ÁREA TEMÁTICA: 7. Inovação, Tecnologia e Empreendedorismo**

Augusto Cesare de Campos Soares, Universidade Estadual de Maringá, Brasil, [accsoares@uem.br](mailto:accsoares@uem.br)

Amanda Rocha, Universidade Estadual de Maringá, Brasil, [amandarochaa\\_@hotmail.com](mailto:amandarochaa_@hotmail.com)

Roberto Rivelino Martins Ribeiro, Universidade Estadual de Maringá, Brasil, [rivamga@hotmail.com](mailto:rivamga@hotmail.com)

Kerla Mattiello, Universidade Estadual de Maringá, Brasil, [m\\_kerla@yahoo.com.br](mailto:m_kerla@yahoo.com.br)

Iasmini Magnes Turci Borges, Autônoma, Brasil, [iasminiborges@gmail.com](mailto:iasminiborges@gmail.com)

## **RESUMO**

O tema empreendedorismo social possui grande importância e é bem visto perante a sociedade, visto que a mesma é alvo de suas benfeitorias. Com intuito de propagar tal tema, o artigo apresenta por objetivo central, analisar o Projeto de cidadania Criando Arte e os benefícios advindos dessa prática do empreendedorismo social, uma iniciativa do Instituto Atsushi e Kimiko Yoshii, na cidade de Londrina-PR. A pesquisa se caracterizou como descritiva, de natureza qualitativa. Com base na pesquisa de campo, a coleta de dados se deu por meio de entrevista com dez mulheres participantes do projeto. Os resultados advindos do estudo indicam que as entrevistadas ao terem contato com o projeto, tornaram-se ainda mais motivadas, criativas, com autoestima elevada, alegres com as novas amizades, orgulhosas com a elaboração das peças, conscientes quanto ao reaproveitamento e confiantes para encarar os desafios diários. Percebe-se a importância da visão e da prática social exercida pelo Instituto da Construtora A.Yoshii Engenharia.

**Palavras-Chave:** Empreendedorismo Social; Benefícios. Projeto Criando Arte. Instituto Atsushi e Kimiko Yoshii.

## **ABSTRACT**

The subject of social entrepreneurship is of great importance and is appreciated by society, since it is the target of its amelioration. With the purpose of propagating this theme, the main aim of this article is to analyze the benefits of social entrepreneurship through the Citizenship Creation Project, an initiative of the Atsushi Institute and Kimiko Yoshii, in the city of Londrina-PR. The research was distinguished as descriptive, of qualitative nature. Based on a field research, the data collection was gathered through interviews with ten women who are participants in the project. The results proceeding from the study indicate that when the interviewees came into contact with the project they became even more motivated women, creative, with high self-esteem, content with their new friends, proud with the development of the pieces, conscious of reutilization and confident in facing daily challenges. It is noticeable the importance of vision and of social practice exercised by the Institute of Construction company A.Yoshii Engenharia.

**Key-Words:** Social Entrepreneurship. Benefits. Project Creating Art. Atsushi Institute and Kimiko Yoshii.

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem tomado forma intensa no cenário brasileiro. É notável a maneira com que a inovação tem alcançado todas as esferas, contemplando também as empresas. Empreendedorismo não se limita apenas na criação de um novo produto ou serviço, entretanto novos mercados, novas matérias-primas, nova forma de pensar o processo produtivo, são caracterizados por empreendedorismo, tendo por foco explorar e desenvolver o novo. Um dos tipos de empreendedorismo encontrado na literatura é o empreendedorismo social, com características únicas, visando o coletivo, o levantamento de meios que beneficie a sociedade, além de sanar ou até mesmo criar novos cenários em face aos problemas sociais existentes, de forma que haja o impacto social positivo às pessoas que se encontram em estado de risco.

Compreendendo a grande importância do empreendedorismo social, a pesquisa científica se faz necessária a fim de propagar tal assunto aos indivíduos e empresas, sejam elas públicas, privadas ou de terceiro setor, com objetivo de evidenciar e motivar a contribuição coletiva fomentando o desenvolvimento de uma sociedade mais justa e solidária.

A pesquisa possui por objetivo central analisar o Projeto Criando Arte, sendo esse, uma iniciativa de empreendedorismo social, elaborado pelo Instituto Atsushi e Kimiko Yoshii, na cidade de Londrina – PR. Tal projeto de cidadania tem por finalidade, capacitar profissionalmente, valorizar a mulher na sociedade, além de preservar o meio ambiente incentivando a prática do artesanato sustentável, cuja matéria prima dos artigos comercializados é materiais recicláveis e descartes das obras do grupo A.Yoshii.

Os objetivos secundários estão distribuídos entre: compreender o empreendedorismo social, identificar os benefícios advindos do projeto Criando Arte como prática de empreendedorismo social e identificar como o Projeto Criando Arte viabiliza a valorização das mulheres e a sustentabilidade através do reaproveitamento de materiais reutilizados.

## 2. REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1. EMPREENDEDORISMO

O interesse pelo estudo a respeito de temas que envolvem o empreendedorismo tem se intensificado ao longo dos últimos anos. Segundo Carvalho (2013) o motivo desse interesse se dá pelo fato do empreendedorismo ser responsável por fomentar o capital de um país. Sendo assim, a ação empreendedora está diretamente voltada a "prosperidade das nações, e [...] é o processo dinâmico pelo qual se pode gerar mais riquezas" (FARAH; CAVALCANTI; DIAS; JUNQUEIRA, 2008, p.1). José Carlos Assis Dornelas corrobora com esta linha de raciocínio ao afirmar que

O empreendedorismo tem se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte à maioria das inovações que têm promovido esse desenvolvimento. As nações desenvolvidas têm dado especial atenção e apoio às iniciativas empreendedoras, por saberem que são a base do crescimento econômico, da geração de emprego e renda (DORNELAS, 2008, p.7).

Embora o tema empreendedorismo seja propagado, não há um consenso a respeito de sua definição, já que definições em sua maioria são traiçoeiras quando se trata de uma área nova (BARON; SHANE, 2007, p.6). De acordo com "alguns autores, as dificuldades encontradas

para definir o termo [empreendedorismo] são decorrentes de concepções errôneas postuladas, principalmente pela mídia e pelo senso comum, que distorcem alguns conceitos” (FARAH; CAVALCANTI; DIAS; JUNQUEIRA, 2008, p.1).

Apesar de que a dificuldade na definição seja uma realidade, Baron e Shane (2007, p.10) definem empreendedorismo como área de conhecimento que busca compreender como surgem as oportunidades que contribuem para a invenção ou recriação de produtos, serviços, matérias-primas, processos de produção, tecnologias e como são percebidas por pessoas específicas, ou seja, empreendedores, sendo esses responsáveis por explorar essas oportunidades e desenvolvê-las. Já Adelar F. Baggio e D. Baggio (2015, p.26) conceituam o empreendedorismo como a habilidade de realizar algo com criatividade e motivação, obtendo prazer na realização do empreendimento inovador, seja ele pessoal ou empresarial mesmo em face de desafios constantes que envolvem oportunidades e ameaças. Os autores continuam contribuindo ao descrever que o

Empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do auto-conhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas (BAGGIO; BAGGIO, 2015, p.26).

Pelo fato do Brasil ser um país empreendedor, faz-se necessário ressaltar a sua trajetória, desde sua incorporação até meados de 2017, além de expor suas principais características.

## **2.2. EMPREENDEDORISMO NO BRASIL**

No Brasil, o empreendedorismo deu início e incorporou a partir da década de 1990 por intermédio de iniciativas de algumas entidades, sendo elas, Sebrae e Sociedade Brasileira. Anterior a isso, pouco se falava do assunto e era quase inexistente o auxílio a quem pretendia empreender. Movimento inerente acontecido no Brasil que fomentou de forma precisa o empreendedorismo foi a Copa do Mundo de Futebol de 2014 (DORNELAS, 2014, p.13, 14 e 17).

Ainda Dornelas (2008, p.8) expõe que existem duas formas de se exercer o empreendedorismo, ora por necessidade, ora por identificação de oportunidades, sendo o segundo mais eficiente quando se trata de desenvolvimento econômico. Segundo o autor, a maior parte dos empreendimentos realizados no Brasil, são impulsionados por necessidades, ou seja, negócios sem visão a longo prazo, com foco no período existente, coloquiais, em sua maioria buscam suprir as necessidades básicas do empreendedor, sem elaboração prévia e sem engajamento em relação ao progresso econômico do país.

Entretanto o relatório da edição de 2016 da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), um projeto de pesquisa internacional a respeito do empreendedorismo, apresenta que os empreendimentos nascentes consequentes por necessidades teve um decréscimo em 2016 (25%) em relação ao ano de 2015 (36%), contudo essa redução considerável não afirma a hipótese de melhora em referência à economia brasileira (GEM, 2016, p.32).

Melo Neto e Froes (2002) indicam por características do empreendedorismo brasileiro, a identificação de ocasiões e possibilidades voltados à economia que são transformados em negócios com o objetivo de produzir bens e serviços para obterem lucros como medida de desempenho. O empreendedorismo é privativo, possui o mercado como centro visando contemplar a escassez de seus clientes.

O empreendedorismo no Brasil tem tomado forma também quanto ao envolvimento com a sociedade, tendo por objetivo torna-la mais justa e solidária, isso ficará mais definido no próximo tópico, onde será abordado a respeito do empreendedorismo social.

### 2.3. EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O tema empreendedorismo social é recente quanto ao seu embasamento teórico, tendo início em 1990, diante da crescente em relação aos problemas sociais, a restrição de investimentos por parte pública no cenário social entre outras realidades que caracterizaram o cenário na época. O conceito de empreendedorismo social se encontra em construção e desenvolvimento, contudo suas características são inerentes, assim como sua metodologia e estratégias (OLIVEIRA, 2004, p.9).

Carvalho (2013) afirma que o empreendedorismo social tem por finalidade extinguir ou reduzir os frutos de algum desastre social, sejam eles, desnutrição, miséria e etc. O autor acrescenta dizendo que o empreendedorismo social não possui por meta a obtenção de lucros como consequência de suas ações, o que sustenta esse argumento é o fato de que os empreendimentos em âmbito social serem sustentados por doações e capital particular dos empreendedores sociais.

Oliveira (2004) caracteriza empreendedorismo social como uma atitude inovadora de caráter social que busca construir soluções em face de existentes impasses enfrentados por uma sociedade. Segundo o autor, as alternativas elaboradas, possuem algumas particularidades relevantes, por exemplo, "1.º) ser inovadora; 2.º) ser realizável; 3.º) ser autosustentável; 4.º) envolver várias pessoas e segmentos da sociedade, principalmente a população atendida; 5.º) provocar impacto social e permitir que seus resultados possam ser avaliados" (OLIVEIRA, 2004, p. 15).

A atitude inovadora, citada por Oliveira (2004), deve ser impulsionada por empreendedores sociais. Bill Dryton, fundador e presidente da Ashoka, tal organização sem fins lucrativos identifica e reconhece empreendedores nacionais e internacionais, visando transformá-los em agentes sociais dando a eles suporte e apoio, define por empreendedores sociais "a força corretiva essencial. São empreendedores da mudança sistêmica e indivíduos cuja essência, e conseqüentemente, cuja ações estão profundamente comprometidas para o bem estar comum" (ASHOKA, 2018).

Dornelas agrega ao conceito, afirmando que

O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular. Tem um desejo imenso de mudar o mundo criando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultados para os outros e não para si próprios. Os empreendedores sociais são um fenômeno mundial e, principalmente em países em desenvolvimento, como o Brasil, têm um papel social extremamente importante, já que através de suas ações e das organizações que criam preenchem lacunas deixadas pelo poder público. De todos os tipos de empreendedores é o único que não busca desenvolver um patrimônio financeiro, ou seja, não tem como um de seus objetivos ganhar dinheiro. Prefere compartilhar seus recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas (DORNELAS, 2007, p.13 e 14).

Diante do exposto, assim como o empreendedor social se difere dos demais empreendedores, o empreendedorismo social possui características próprias. Tais características tornam-se conspícuas no Quadro 1.

<b>Empreendedorismo Privado</b>	<b>Empreendedorismo Social</b>
É individual	É coletivo
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para a comunidade
Foco no mercado	Foco na busca de soluções para os problemas sociais
Sua medida de desempenho é o lucro	Sua medida de desempenho é o impacto social
Visa satisfazer as necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	Visa resgatar pessoas de situação de risco social e promovê-las

Quadro 1 - Distinções entre empreendedorismo privado e empreendedorismo social

Fonte: Melo Neto e Froes (2002, p.11).

As duas formas de empreendedorismo apresentam diferenças acentuadas. Os autores Melo Neto e Froes (2002) indicam ao dizerem que o empreendedorismo privado possui natureza individual, direcionado na elaboração de bens e serviços tendo o foco voltado ao mercado e tendo por objetivo o lucro como forma de mensurar a satisfação dos clientes. Por outra face, o empreendedorismo social possui natureza coletiva, visto que inclui a totalidade de participantes em prol a um empenho comum. Dedicar-se na produção de bens e serviços voltados a coletividade, seu foco abrange soluções acerca dos problemas sociais, tendo por medida de desempenho o desenvolvimento das capacidades das pessoas que se encontram em quadro de risco, oferecendo-lhes inúmeros benefícios, sendo alguns deles, “maior conhecimento; conscientização; auto-conhecimento; auto-suficiência; participação; novas ideias e valores; sentimento de conexão” (NETO E FROES, 2002, p. 42).

Os autores dão continuidade nessa linha de raciocínio, ao explanarem que esses benefícios podem ser fracionados dentro da estrutura do empreendedorismo social, essa subdivisão, entende-se por dimensões. Duas dessas dimensões são nomeadas por psicossocial e ambiental. A primeira é responsável pela modificação do comportamento, fomentando a otimização da auto-estima dos indivíduos, da coletividade, proporcionando prazer de seus comportamentos e do meio-ambiente. Enquanto a segunda [dimensão ambiental], em sua essência são feitura visando preservar o meio ambiente e a conservação dos recursos naturais pertencentes a coletividade (NETO E FROES, 2002, p. 39,40).

Atualmente com o avanço da pesquisa, pode-se ter noção de dados específicos a respeito do empreendedorismo. Dentro dos dados demográficos, chama-se atenção a respeito de gênero. A seguir, será explorado o empreendedorismo dentro do gênero feminino com foco no Brasil.

#### **2.4. MULHER EMPREENDEDORA NO BRASIL**

O gênero feminino ao longo dos anos vem conquistando espaço em várias esferas do Brasil. Ultrapassada é a ideia de que mulheres são destinadas a cuidados domésticos e que são vulneráveis. Atualmente, as mulheres exercem várias funções, se dedicam em cuidar de seus lares, famílias e de seus próprios negócios. O tabu que intitula o gênero masculino exclusivo e capaz de executar certas atribuições tem sido rompido à medida de que as mulheres avançam no mercado de trabalho (MARTINS, 2013).

De acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor de 2016 "No Brasil a TEA [taxas específicas de empreendedorismo inicial] é de 19,9% para mulheres e 19,2% para homens [...] demonstrando a importância das mulheres para a formação da TEA". Embora as mulheres estejam à frente quanto a aberturas de novos negócios, os homens encontram-se a diante em relação a empresas estabelecidas a mais de 42 meses. Essa medida é calculada pela taxa TEE (Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido), a qual representa 19,6% do gênero masculino e 14,3% do gênero feminino (GEM, 2016, p. 35).

Segundo Osório (2017) embora o empreendedorismo feminino seja uma realidade aceita por maior parte da sociedade, os desafios presentes e enfrentados pelas mulheres empreendedoras são constantes. Em face do exposto, as empreendedoras relataram na pesquisa GEM (2016, p. 36) que os maiores desafios presentes são a baixa credibilidade em seus negócios, já que o tradicional convém ao gênero masculino, a prenoção em relação ao gênero feminino e impasse enfrentado ao administrar suas multifunções.

A faixa etária também é um dado demográfico relevante dentro do empreendedorismo. No Brasil, em 2016, este dado "variou entre 15% para a faixa etária entre 55 e 64 anos, a 22,9% na faixa etária dos 25 aos 34 anos", podendo perceber que a menor participação em relação a taxa TEA é de empreendedores (as) com mais idade. Esse resultado apresenta uma oportunidade para a elaboração de políticas públicas que ofereçam suportes a empreendedoras com idade avançada (GEM, 2016, p.36).

Com base no que foi evidenciado, mulheres no campo do empreendedorismo são participativas e ajudam o país quanto a criação de novos negócios, consequentemente fomentam a economia e a política local. Além de tantos feitos, precisam de auxílio e iniciativas que as amparem e as impulsionem a evoluírem a cada vez mais.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O artigo foi desenvolvido por meio de uma pesquisa científica. Sendo essa classificada por Silveira e Córdova (2009) como a ação central da Ciência. Tal pesquisa permite a aproximação e a ciência do fato examinado, além de ser um segmento inconclusivo. Os autores definem a pesquisa científica como "o resultado de um inquérito ou exame minucioso, realizado com o objetivo de resolver um problema, recorrendo a procedimentos científicos" (SILVEIRA E CÓRDOVA, 2009, p. 31).

Para a elaboração do estudo, foi utilizada a pesquisa classificada por descritiva, a qual Gil (2010) afirma que a pesquisa tem por finalidade descrever traços de certa população a fim de apurar concepções, comportamentos e padrões de determinados grupos. Corroboram Cervo, Bervian e Silva (2007) ao declararem que a pesquisa descritiva vê, aponta, examina e relaciona dados sem alterá-los. Vergara (2011) complementa dizendo que essa pesquisa não possui a responsabilidade de esclarecer os acontecimentos, entretanto serve de alicerce para os esclarecimentos.

O método de investigação utilizado é de natureza qualitativa. Esse método "preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento e etc" (MARCONI E LAKATOS, 2011, p. 269). Oliveira (2011) corrobora ao mencionar por característica da pesquisa qualitativa a relação direta entre os exploradores e os explorados e ao indicar como ponto central desta forma de pesquisa, a compreensão e a verificação do explorador.

As informações foram obtidas por meio da documentação direta e pesquisa de campo. De acordo com Marconi e Lakatos (2003), pesquisa de campo é usada com a intenção de obter informes e saberes a respeito de uma problemática pela qual se busca soluções, ou respeito de uma suposição que tenha intenção de legitimar. Segundo Vergara (2011), é a apuração empírica efetuada na região onde algo acontece ou aconteceu ou na área onde haja a presença de elementos para esclarecer o fenômeno ocorrido.

O objetivo da pesquisa de campo está direcionado ao “estudo de indivíduos, grupos, comunidades, instituições e outros campos, visando à compreensão de vários aspectos da sociedade” (MARCONI E LAKATOS, 2003, p.189). Para a pesquisa de campo foi utilizado o conhecimento empírico que de acordo com Cervo, Bervian e Silva (2007) que é advindo do próprio indivíduo de acordo com o seu relacionamento com o meio ambiente ou com a sociedade podendo obter por resultados referentes a esses contatos, falhas e exatidões.

Para a coleta de dados foram realizadas entrevistas, a qual Vergara (2011) caracteriza essa coleta de dados por um diálogo no qual um indivíduo realiza as perguntas e o outro responde, a presença física é importante, porém a entrevista pode ser realizada por meio de mídia interativa. Para Cervo, Bervian e Silva (2007) não se trata apenas de um simples diálogo, mas sim uma conversa orientada á um propósito estabelecido, ou seja, colher através de questionamentos informações para a pesquisa que geralmente não constam em documentos. Contribuem Marconi e Lakatos (2003, P. 195) ao definirem entrevista como "um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social".

Visando cumprir a coleta dos dados, foram entrevistadas 10 (dez) participantes do Projeto Criando Arte nas dependências do Instituto Atsushi e Kimiko Yoshii, localizado em Londrina – PR, no dia 02 de Outubro de 2018. Durante as entrevistas (Anexo 1) foram questionados pontos a respeito dos benefícios, desafios, consciência sustentável entre outros fatores que o projeto oferece às mulheres envolvidas, os quais estão relacionados na análise dos dados.

#### **4. ANÁLISE DOS DADOS**

O Instituto Atsushi e Kimiko Yoshii é uma entidade voltada ao terceiro setor, fundado em 2006, localizado na cidade de Londrina-PR. Possui por objetivos, fomentar projetos que elevem a qualidade de vida dos envolvidos, além de promover inclusão social e coletivizar a cultura. Desde seu surgimento, o Instituto já beneficiou milhares de pessoas por meio de oficinas que promovem o desenvolvimento. No ano de 2018, o Instituto Atsushi e Kimiko Yoshii indicou o Projeto Criando arte para concorrer ao prêmio Sesi e receberam o primeiro lugar no ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável) (INSTITUTO ATSUSHI E KIMIKO YOSHII, 2018).

As 10 entrevistadas, que de forma voluntária, responderam aos questionamentos, são participantes do Projeto Criando e frequentam uma vez por semana a oficina de mosaico. Nas aulas é presente o envolvimento com as técnicas presentes no artesanato, utilizando por matéria prima, o descarte [azulejo, vidro, madeira] das obras do Grupo A.Yoshii.

Quando questionadas referente à motivação para a inscrição e permanência no projeto Criando Arte, as entrevistadas 1, 6, 7, 8, 9, 10 afirmam de forma semelhante gostar muito de artes e mosaico, sendo essa afinidade um fator decisório para aproveitar a oportunidade oferecida por essa prática de empreendedorismo social. Adelar F. Baggio e D. Baggio (2015) corroboram com o que foi dito pelas entrevistadas ao dizer que o empreendedorismo é a habilidade em realizar algo inovador, considerando o prazer pessoal ao realizar o empreendimento, uma das fontes de motivação.

Em relação ao que surpreendeu as participantes ao longo do ingresso no Projeto, as entrevistadas 1, 5 e 7 comentaram que os relacionamentos interpessoais, o carinho recebido e as amizades construídas durante esse período [de quatro meses a três anos] foram os pontos mais pertinentes. Analisando essas respostas, percebe que há semelhança com o que Melo Neto e Froes (2002) dizem por sentimento de participação e de consciência de conexão com os envolvidos. Esses por sua vez, são alguns dos benefícios advindos do empreendedorismo social. Portanto, o que surpreende as entrevistadas é a identificação, ainda que inconsciente, dos proveitos concedidos através do projeto.

Quanto aos desafios enfrentados ao longo da participação no projeto, a entrevistada 8, membro há oito anos desabafa dizendo que “não dá tempo de fazer as coisas, meu marido é deficiente então é super complicado [...] e vindo para o projeto [...] é bom porque eu desvinculo, essa coisa familiar de desgaste e trabalho doméstico”. Martins (2013) reafirma o que foi relatado pela entrevistada ao expor em seu artigo que, nos dias atuais o gênero feminino realiza multifunções, seja na dedicação aos afazeres domésticos, cuidados com a família e também deveres com seus empreendimentos. A pesquisa GEM (2016) vem de encontro com o que foi mencionado ao indicar o impasse enfrentado ao administrar várias funções, um dos desafios encarados pelas mulheres empreendedoras. Percebe-se a presença de desafios pessoais, portanto o projeto tem auxiliado [no caso da entrevistada 8] e corroborado com a qualidade de vida da participante.

As entrevistadas foram convidadas a refletirem a respeito dos benefícios proporcionados na vida delas através do Projeto Criando Arte, sendo assim, a entrevistada 3, participante do projeto há seis meses afirma que “aflorou a criatividade, eu vejo as coisas e já fico bolando o que eu posso fazer”, tendo uma visão semelhante, a entrevistada 10, participante há quatro anos comenta que ao desenvolver a criatividade, ela passa a ter um novo olhar ao aprender. A entrevistada 4, participante há doze anos e a entrevistada 8, participante há 2 anos, disseram que o projeto as beneficiou quanto ao resgate da autoestima, incentivando-as a acreditarem no potencial interno e a sentirem-se valorizadas pelas atividades exercidas. Por fim, a entrevistada 5, participante há 3 anos relata que antes de ingressar no projeto, sofria com o início de depressão e a participação nas aulas fez com que ela se recuperasse e relata que “hoje não, hoje eu venho aqui, volto, faço meu serviço, não vejo a hora de chegar o dia de vir aqui de novo, muito bom!”.

As respostas das entrevistadas 3 e 10, vão ao encontro com o conceito que Adelar F. Baggio e D. Baggio (2015) defendem, para os autores, o empreendedorismo é a capacidade de realizar inovação com criatividade. Sendo assim, as entrevistadas ao terem sua criatividade estimulada durante o processo de elaboração das peças, consequentemente estão empreendendo. Melo Neto e Froes (2002) concorda com as respostas das entrevistadas 4, 5 e 8, pois para eles a potencialização da auto-estima, o fomento do auto-conhecimento e o estímulo por novos valores fazem parte dos benefícios advindos do empreendedorismo social. No



discurso da entrevistada 8, percebe-se que, anterior ao projeto, ela apresentava quadro depressivo, e com a frequência nas aulas foi recuperado o prazer nos comportamentos realizados por ela, sendo essa uma das características da dimensão psicossocial explanada pelos autores .

Quanto aos produtos confeccionados pelas participantes, foi indagado se, no processo de elaboração da peça, havia oportunidades de conhecimento e unanimemente foi respondido que sim. Outra entrevistada, participante há um ano e meio corrobora dizendo que

Você está desenvolvendo seu raciocínio matemático, para você fazer alguma coisa você entra na internet, você pesquisa um monte de coisa e você fala “nossa quanta ideia assim legal” alimenta mais essa sua capacidade de criação, essa vontade de fazer coisas diferentes (ENTREVISTADA 2).

A resposta da entrevistada, vai ao encontro com o pensamento de Baggio e Baggio (2015) que explicam que o empreendedorismo social é o aproveitamento total das capacidades dos envolvidos, além de ser a procura do auto-conhecimento, também é o aprendizado que nunca finda, onde o indivíduo sempre está exposto a novas experiências e novos procedimentos.

Todas as entrevistadas concordaram que as peças produzidas por elas, além de ajudá-las das formas aqui já mencionadas, também ajudam ao meio ambiente por serem recicláveis. Elas relatam que ampliaram a visão a respeito de reciclagem depois que iniciaram o projeto e que adotam práticas de reutilização em seus lares. O que anteriormente seria descartado, hoje tem utilidade, ou seja, 100% de aproveitamento. Diante do que foi exposto, percebe-se que o projeto Criando Arte possui a dimensão ambiental presente na estrutura do empreendedorismo social. Segundo Melo Neto e Froes (2002), essa dimensão corresponde a “feituas visando preservar o meio ambiente e a conservação dos recursos naturais pertencentes a coletividade”.

Em relação aos fins lucrativos advindos do Projeto, todas as entrevistadas afirmaram que, não faz parte de seus objetivos, o retorno monetário e que as peças produzidas servem de agrados para amigos e familiares. Carvalho (2013) vai ao encontro com o que as entrevistadas responderam ao dizer que o empreendedorismo social não tem por meta o lucro como forma de consequência das ações executadas. Dornelas (2007) contribui afirmando que o empreendedorismo social “é o único que não busca desenvolver um patrimônio financeiro, ou seja, não tem como um de seus objetivos ganhar dinheiro. Prefere compartilhar seus recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas”.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema empreendedorismo é difundido na sociedade de forma exponencial. Vários fatores são oriundos de projetos cujo cunho está voltado ao empreender. A ação empreendedora tem fomentado a economia local, trazendo novas formas de executar os negócios existentes além de pensar em formas eficazes ainda não praticadas. O Brasil possui características ao empreender, ora por necessidade, ora por reconhecimento de oportunidades, sendo a segunda forma responsável por elevar a economia além de ser mais eficiente por ter suas ações previstas em longo prazo. Além de imaginar, planejar e desejar, o empreendedor é aquele quem executa. Não há validade em projetos que não são postos em prática, podem ser revolucionários e impactantes, porém se não são revertidos em ações, não são de caráter empreendedor. O Empreendedorismo se destaca pela busca dos negócios empresariais, aumento do lucro, da produtividade além da vantagem competitiva, entre outros. Portanto essa forma de empreender não é única, pois com o surgimento do empreendedorismo social um novo paradigma vem tomando forma e modificando a sociedade.

É evidente a importância que o empreendedorismo social vem construindo ao longo dos anos. Sua prática efetiva impacta de forma benéfica a vida dos envolvidos. Por um lado, os

empreendedores sociais são beneficiados ao atingirem satisfação a partir do bem-estar propiciado ao próximo, esse por sua vez, sente-se beneficiado ao ter sua realidade alterada de forma positiva. Enquanto o empreendedorismo privado caracteriza-se por uma ação econômica, visando gerar produtos e serviços, alvos pela obtenção de lucros, o empreendedorismo social se difere ao não utilizar o lucro por medida de desempenho, além de promover ações voltadas à sociedade que corroboram de forma inovadora a busca por soluções aos problemas enfrentados por determinados grupos da sociedade.

Para cumprir com os objetivos do presente estudo, foi escolhido o Instituto Atsushi e Kimiko Yoshii, localizado na cidade de Londrina – PR, sendo esse um exemplo da prática do empreendedorismo social, tendo por fim, analisar os benefícios que o projeto Criando Arte [oferecido pelo Instituto] proporciona as mulheres envolvidas, tendo por meta identificar como esse projeto viabiliza a valorização do gênero feminino, além de promover a sustentabilidade através do reaproveitamento dos resíduos descartados pelas obras do grupo A.Yoshii Engenharia.

Através da pesquisa, percebe-se que grande parte das mulheres participantes se interessam pelo projeto pela afinidade que possuem com artes e ao longo das aulas suas expectativas são superadas, pois além do projeto fornecer capacitação em determinada área, proporciona também momentos agradáveis, interação social, incentivo a amizades e um espaço onde as dificuldades são compartilhadas e superadas.

O projeto contempla um grande público de mulheres aposentadas, sendo esse um fator muito benéfico às envolvidas, pois ao encararem o rompimento de suas rotinas, adoecem e ficam desmotivadas. Com base nas entrevistas, conclui-se que o projeto Criando Arte tem sido útil nessa questão, pois as participantes após a frequência nas aulas sentem-se motivadas, satisfeitas com as peças confeccionadas, alegres com as amizades construídas, com a autoestima elevada, acreditando mais em suas capacidades e encorajadas a superar as dificuldades do dia a dia. Uma vez por semana elas se reúnem e dedicam tempo ao que realmente lhes oferece prestígio.

Identificou-se que as mulheres envolvidas, ao serem beneficiadas, beneficiam também ao meio ambiente. Através da iniciativa do projeto ao reutilizar os descartes das obras na confecção das peças, induziu a mudança na vida de cada participante. Elas afirmam possuir uma nova visão em relação à reciclagem e que em seus lares foram adotados métodos de maior aproveitamento do que anteriormente seria classificado como lixo. Esse foi um dos fatores que corroborou para o aumento da criatividade das envolvidas, pois elas ao terem contato com os resíduos descartados, logo refletem sobre novas formas de transforma-los em obra de arte.

Ao longo do estudo foram fornecidas todas as respostas para o cumprimento dos objetivos inicialmente estabelecidos. Foi percebido a grande importância da existência do Instituto Atsushi e Kimiko Yoshii e por consequência do Projeto Criando Arte, pois além de ser uma prática de empreendedorismo social, tem sido apoio para a formação de empreendedores sociais, que por sua vez impactam e levam a diante o princípio de modificar realidades.

O artigo contribuiu no sentido de expor uma iniciativa que faz a diferença na sociedade e que se dedica com a qualidade de vida da comunidade. Desta forma os administradores e futuros administradores, podem ser motivados a apoiarem e pesquisarem a respeito do tema [empreendedorismo social], visto que o mesmo é capaz de beneficiar um grande número de pessoas utilizando ações simples e realizáveis.

Aos estudiosos da área, sugere-se o aprofundamento na investigação dos benefícios advindos dos demais projetos ofertados pelo Instituto Atsushi e Kimiko Yoshii [Projeto Click, Clube da Leitura, Plantio de Árvores, Páscoa Solidária, entre outros]. Sugere-se também o estudo da viabilização de uma forma eficaz da venda dos artigos confeccionados em todas as

oficinas do Projeto Criando Arte, amparando-os na elaboração de um e-commerce, para que facilite a exposição das peças, a praticidade no momento da compra e a arrecadação monetária que será revertida em melhoria contínua nos projetos.

## 6. REFERÊNCIAS

- ASHOKA, **Empreendedorismo social**. Disponível em: <<https://www.ashoka.org/pt-br/focus/empreendedorismo-social>>. Acesso em: 01 Junho 2018.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Em pauta:** Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: Uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
- CARVALHO, Raimundo Nonato. **Empreendedorismo: Importância econômica e social**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importancia-economica-e-social/74380/>>. Acesso em: 26 maio 2018.
- CARVALHO, Raimundo Nonato. **Responsabilidade social corporativaXEmpreendedorismo Social**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/responsabilidade-social-corporativa-x-empreendedorismo-social/74383/>>. Acesso em: 31 maio 2018.
- CERVO, Amado Luiz; DA SILVA, Roberto; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 6ª Edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 5ª Edição. Rio de Janeiro: Empreende/ LTC, 2014.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo: Como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo Estratégico: Criação e gestão de pequenas empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª Edição. São Paulo: Atlas, 2010.
- GREGO, Simara Maria de Souza Silveira et al. **Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Empreendedorismo no Brasil – 2016**. Curitiba: IBQP, 2017.
- INSTITUTO ATSUSHI E KIMIKO YOSHII. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.institutoayoshii.org.br/quem-somos>>. Acesso em: 22 Outubro 2018.
- MARCONI, Marina Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 5ª Edição. São Paulo: Atlas, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Metodologia científica: Ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis, metodologia jurídica**. 5ª Edição. São Paulo: Atlas, 2011.
- \_\_\_\_\_. **Técnicas de pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6ª Edição. São Paulo: Atlas, 2006.
- MARTINS, Carlos Wizard. **Mulheres empreendedoras vencem sem deixar sua vida pessoal de lado**. Disponível em: <<https://www.mulheresempreendedoras.net.br/empreendedorismo/>>. Acesso em: 01 Junho 2018.
- OLIVEIRA, Diva Maria Tamaro de. **Teoria e prática da pesquisa aplicada: Introdução à pesquisa qualitativa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social, combate à pobreza e desafios para geração de emancipação social no Brasil. **Em Pauta:** Revista Expectativa, Edunioeste, Cascavel-PR, v. 3, n. 3, p. 57-66, 2004.

- OSÓRIO, Josiane. Desafios do empreendedorismo feminino no Brasil. Disponível em: <<https://www.mulheresempreendedoras.net.br/desafios-do-empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em: 02 Junho 2018.
- SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. **Métodos de Pesquisa**: a pesquisa científica. 1ª Edição. Porto Alegre: UFRGS, 2009.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 13ª Edição. São Paulo: Atlas, 2011.

## 7. ANEXO

### Roteiro auxiliar às entrevistas:

Sou a acadêmica Amanda Rocha, estou no quinto ano de graduação do curso de Administração realizado nas dependências da Universidade Estadual de Maringá. A presente entrevista servirá como forma de coleta de dados, visando uma análise posterior. Tal análise irá corroborar com o meu trabalho de conclusão de curso cujo tema é **“PROJETO DE CIDADANIA CRIANDO ARTE COMO INSTRUMENTO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL E SEUS BENEFÍCIOS”**.

O objetivo geral do meu trabalho é “analisar os benefícios que o empreendedorismo social praticado através do projeto de cidadania Criando Arte no Instituto Atsushi e Kimiko Yoshii proporciona às mulheres envolvidas”. Para esse fim, serão utilizadas as respostas para análise (sem identificação das entrevistadas).

### *QUESTÕES PARA ENTREVISTA*

Há quanto tempo que você participa do Projeto Criando Arte?

O que te motivou a se inscrever e a permanecer no Projeto Criando Arte?

Ao longo do período que você participa do Projeto Criando Arte, o que mais te surpreendeu?

Ao longo do período que você participa do Projeto Criando Arte, o que mais te desafiou?

Quais foram os benefícios que o Projeto Criando Arte proporcionou para a sua vida?

Os produtos que você confecciona no Projeto Criando arte, proporcionam oportunidades de conhecimento?

Os produtos que você confecciona no Projeto Criando arte, ajudam ao meio ambiente por serem reciclados?

Os produtos que você confecciona no Projeto Criando arte, proporcionam geração de renda?