

EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM COMUNIDADES: A ATUAÇÃO POSITIVAMENTE TRANSFORMADORA DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

Auristela Felix de Oliveira Teodoro – auristelafelix@ufba.br
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA – FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS –
FCC/UFBA

Pedro Paulo Amarante Lellis – pedro.lellis@ufba.br
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA – FACULDADE DE ENGENHARIA-
POLITÉCNICA - UFBA

Hederson Gabriel Santos de Jesus – hedermed@gmail.com
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA – FACULDADE DE MEDICINA – FAMEB –
UFBA

Nicole Souza da Silveira – nicole.silveira@ufba.br -
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA - Instituto Multidisciplinar em Saúde – IMS –
UFBA

ÁREA TEMÁTICA: *EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO*

Resumo: Muito se tem tratado acerca do empreendedorismo, inclusive o social. empreender é sempre um processo desafiante, porém estimulante. o novo, as mudanças, a força da necessidade de sobrevivência, a temerosidade, são características inerentes ao empreendedorismo, assim como a vontade de vencer, o prazer em fazer o que se gosta, em se desenvolver como pessoa e ser seu próprio patrão. ou, no caso do empreendedor social, agrega a variável positiva qual seja, a de contribuir para a sociedade.

Neste estudo, o empreendedorismo social é concretizado através de fazeres e saberes perante atividades de extensão e conteúdos curriculares desenvolvidos em comunidades populares desde 2008. em nossas atividades de extensão universitária realizadas desde então, com foco na popularização contábil à geração de renda e emprego às comunidades populares, tem no empreendedorismo social o seu norte de ação.

Pode-se concluir que o empreendedorismo faz a sociedade que não tem acesso às oportunidades, estarem vivas e serem respeitadas, pois que, também, são parte importante de uma sociedade que produz, está incluída pelo trabalho e renda e sobretudo, conseguem, empreender ainda que haja forças contrárias, mas que nunca desistem e são aguerridas por natureza, portando, vencedoras com toda certeza!

Palavras-chave: *Empreendedorismo; Comunidades Populares; Sociedade.*

Abstract: *Much has been discussed about entrepreneurship, including social. entrepreneurship is always a challenging but stimulating process. the new, the changes, the strength of the need for survival, the fearfulness, are characteristics inherent to entrepreneurship, as well as the will to win, the pleasure of doing what one likes, of developing as a person and being your own boss. or, in the case of the social entrepreneur, it adds the positive variable, that of contributing to society.*

In this study, social entrepreneurship is realized through actions and knowledge in the face of extension activities and curricular content developed in popular communities since 2008. in our university extension activities carried out since then, with a focus on accounting popularization to income generation and employment to communities social entrepreneurship has its north of action.

It can be concluded that entrepreneurship makes society that does not have access to opportunities, to be alive and to be respected, since they are also an important part of a society that produces, is included by work and income and, above all, they manage to still undertake that there are opposing forces, but that never give up and are stubborn by nature, therefore, winners with all certainty!

Keywords: *Entrepreneurship; Popular Communities; Society.*

1. INTRODUÇÃO

Muito se tem tratado acerca do empreendedorismo, inclusive o social. Empreender é sempre um processo desafiante, porém estimulante. O novo, as mudanças, a força da necessidade de sobrevivência, a temerosidade, são características inerentes ao empreendedorismo, assim como a vontade de vencer, o prazer em fazer o que se gosta, em se desenvolver como pessoa e ser seu próprio patrão. Ou, no caso do empreendedor social, agrega a variável positiva qual seja a de contribuir para a sociedade.

A temática empreendedorismo social implica numa prática dialogada em comunidades desde a sua idealização até os resultados. Ou seja, além das particularidades do empreendedorismo, o considerado social, agrega aspectos de colaboratividade, integratividade, a necessidade de fazer as atividades conjuntas, de vencer coletivamente e de obter resultados compartilhados, potencializa o prazer em se fazer o gosta, mas de maneira compartilhada com aqueles que objetivam o mesmo foco de ação.

Neste estudo, o empreendedorismo social é concretizado através de fazeres e saberes perante atividades de extensão e conteúdos curriculares desenvolvidos em comunidades populares desde 2008. Em nossas atividades de extensão universitária realizadas desde então, com foco na popularização contábil à geração de renda e emprego às comunidades populares, tem no empreendedorismo social o seu norte de ação. Nestas, tanto estudantes quanto docentes,

do ensino superior e médio se interligam através de diversos conhecimentos acadêmicos e populares, numa multidisciplinaridade de áreas de saberes. Nas diversas comunidades do interior e da capital da Bahia, foram trabalhados em Programas, Projetos e Disciplinas de Extensão Universitária denominadas ACCS (Ação curricular em comunidade e em sociedade), a interlocução dialogada nas comunidades através de cursos, oficinas práticas, elaboração de projetos sociais construídos em conjunto com as populações e consultoria contábil-financeira.

O resultado deste sonho conjunto está aqui conversado neste estudo, dedicado a todos os empreendedores letrados e não letrados, mas que são super-heróis e heroínas diante dos muitos desafios diários vencidos com inteligência, coragem, resolutividade e resiliência: Fortes pela natureza e fé que é possível gerar emprego e renda de maneira conjunta e que a redução das desigualdades sociais é compromisso de todos (as)!

2. COMUNIDADES POPULARES: CARACTERIZAÇÃO E RELEVÂNCIA

O termo comunidade é usado em vários sentidos, envolve questões mais complexas para sua definição. O conceito de comunidade pode ser visto de maneiras diferentes, seja para designar determinados agrupamentos sociais ou ainda pequenas localidades.

Segundo Maciver & Page (1973, p. 122) a comunidade existe

onde quer que os membros de qualquer grupo, pequeno ou grande, vivam juntos de tal modo que partilham, não deste ou daquele interesse, mas das condições básicas de uma vida em comum. O que caracteriza comunidade é que a vida de alguém pode ser totalmente vivida dentro dela. Não se pode viver inteiramente dentro de uma empresa comercial ou de uma igreja; pode-se viver inteiramente dentro de uma tribo ou de uma cidade. O critério básico da comunidade, portanto, está em que todas as relações sociais de alguém podem ser encontradas dentro dela.

Nesse contexto, observa-se que para um determinado agrupamento social ser conceituado como comunidade, existem várias características que devem permanecer presentes no estilo de vida de um determinado lugar, essas características são induzidas ou inspiradas pelos aspectos ideológicos e históricos da sociedade.

Desta forma, um meio de vida em comum através de amizades e convívios intensos entre os seus membros, portanto com relações sociais e interesses pessoais e conjuntos podem ser dirimidos dentro da comunidade. Destacam-se algumas particularidades da convivência em comunidade: Cultura comum, objetivos comuns, identidade natural e espontânea, consciência

de suas singularidades identificativas, que no entendimento deste estudo significam as particularidades que identificam uma comunidade, aspectos particulares de explicitação e de caracterização de uma comunidade, sentimento de pertencimento e participação ativa de seus membros da vida na comunidade.

Outras características de comunidade que podem ser constatadas são:

A passagem de ações individualistas para ações de interesse coletivo, desenvolvimento de processos de interação, a confluência em torno de ações tendo em vista alguns objetivos comuns, constituição de identidades culturais em torno do desenvolvimento de aptidões associativas em prol do interesse público, participação popular ativa e direta e, maior conscientização das pessoas sobre a realidade em que estão inseridas. (PERUZZO, 2020, p.7)

Entende-se que a comunidade é um espaço coletivo, ainda que cada qual tenha seu espaço próprio e particular. Mas que convivem com comportamentos aceitos pela maioria, com atitudes de respeito ao outro e com histórico-cultural possivelmente diferenciados (ou não) mas que a territorialidade os torna semelhantes em algum momento, de maneira a se afinarem e se compreenderem como pessoas que residem proximamente, ou sendo comunidades virtuais, com interesses semelhantes compartilhados.

Neste contexto, importante definir o que significa a comunidade popular que segundo Jesus et al (2006, p.53):

É o espaço habitado por pessoas de baixo poder aquisitivo e grandes deficiências na área de infra-estrutura (saneamento, transportes, educação, saúde, segurança e comunicação), além da existência de altos índices de desempregados e trabalhadores do mercado informal, sendo também constantemente vistos como marginais e/ou indivíduos que não inspiram qualquer grau de confiança, perante o resto da sociedade. No que diz respeito a aspectos comportamentais, “os populares” apresentam uma forte cultura oral, pré-disposição ao cooperativismo na resolução de problemas encontrados no bairro e fortificação das relações interpessoais.

Deste modo, o que realmente caracteriza uma comunidade não é apenas uma área geográfica, mas a vida que é vivida e convivida inteiramente dentro dela e todas as relações que podem ser encontradas.

Observa-se que as populações de baixa renda são historicamente alijadas do meio social pelo fato de encontrar-se em uma posição de vulnerabilidade socioeconômica na sociedade. Neste sentido, verifica-se que a miséria causa outras preocupações mais urgentes ligadas à sobrevivência pessoal, do grupo familiar, da comunidade. Em síntese, as comunidades têm se

caracterizado como expressão das lutas populares por melhores condições de vida, e com isso, a união de esforços, a vontade de agir coletivo qualificado por valores sociais e humanos, compartilhando resultados concretizando a solidariedade. Nesse sentido, as ações extensionistas levam às comunidades o saber do conhecimento, identidade cultural e formação integradora da cidadania.

Dessa forma, a extensão visa por um lado, preparar técnicas e, por outro lado, dispensar o mínimo de atenção às pressões das camadas populares, ainda que cada vez mais expressivas e mais reivindicativas, a extensão universitária se consolida através de ações voltadas para os ausentes da instituição que, sem formação acadêmica regular, desejam obter maior grau de instrução ao empoderamento popular.

É importante ressaltar que a extensão não se exerce apenas a partir dos participantes da comunidade universitárias, ela tem se redimensiona para além da própria universidade através da participação dos membros das comunidades externas e de movimentos sociais, na qual participantes da universidade e participantes desses movimentos se confluem. Ao compreender extensão como um trabalho social exercido pela universidade com a comunidade, buscando objetivos para a realização de construção do conhecimento exercida por membro da comunidade-universidade, é importante, também, destacar que os resultados do trabalho social perante a comunidade, caracteriza a própria comunidade como possuidora de novos saberes e que terão como finalidade a utilização comunitária.

Enfim, o cotidiano dos moradores das comunidades é marcado pela trajetória da pobreza e exclusão, e apesar de todas as dificuldades – falta de condições dignas de sobrevivências e acesso aos bens e serviços – muitos não querem sair da comunidade, apenas desejam melhorias nas condições de vida, de trabalho e de infraestrutura local.

Desta feita, a extensão nas comunidades traz um plano eficaz, particularmente utilizando um arsenal de tecnologias alternativas disponíveis que podem contribuir para o benefício social. Além disso, a população vem buscando formas alternativas de sobrevivência, ocupando áreas de risco situadas na periferia, com salubridade precária, ambientes miseráveis e com tensões sociais, onde edificam suas moradias feitas de material de baixo custo, geralmente colhido do lixo, como restos de madeiras, papelão, plásticos, espumas, eletrodomésticos, metais e de material de construção.

Dentro deste contexto, a extensão passou a ser utilizada através de cursos, estágios, práticas objetivando a produção técnico-científico, cultural e artístico para beneficiar às comunidades populares que não têm um alto nível do saber. O caráter eventual da extensão é compreendido como a realização de atividades esporádicas que estão voltadas ao aperfeiçoamento e à atualização de conhecimento.

As comunidades em situação de risco social revelam o modelo de desenvolvimento adotado, concentrador, sem compromisso com o social e a sustentabilidade. Uma urbanização desordenada e desenfreada que vem gerando um déficit habitacional que se eleva com a falta de saneamento básico, além de uma deficiente política educacional e de saúde e de criação de emprego e renda.

Portanto, gera-se uma cadeia de problemas que vai agravando a situação, as pessoas na rua sem quase alternativas de lazer, expostos a riscos constantes, demandando ações recreativas que favoreçam a sociabilidade e viabilize ações socioculturais.

Dessa maneira, abrir parcerias, promover tecnologias que beneficiem a comunidade, é uma tarefa de campo social que a universidade desempenha, objetivando a aproximação da sociedade à realidade universitária.

Dado o baixo nível de escolaridade e a falta de qualificação, o que infelizmente, ainda é comum nas comunidades populares, inclusive pelo contexto histórico de segregação social enfrentado, os trabalhadores dificilmente são absorvidos pelo mercado formal, mas pelo informal, o qual vem crescendo como estratégia de sobrevivência e como uma opção de vida para os trabalhadores no sentido de desenvolverem seu próprio negócio, também marcado pela instabilidade e precarização, baixo nível de produtividade, e remuneração e jornadas excessivas de trabalho.

Assim, a universidade atribui aos espaços populares um significado, geralmente, idealizado de acordo com sua necessidade do grupo social que a constitui, implantando medidas experimentais, por meio de projetos, para tentar intervir numa realidade que, na maior parte dos casos, conhece apenas por dados.

Por outro lado, o empreendedorismo vem ocupando espaço no campo da extensão, sem que haja a promoção de nenhum debate que possibilite aprofundar o entendimento dessa relação, aspecto que configura a história bastante polêmica da extensão no desenvolvimento das universidades brasileiras.

A extensão, portanto, enquanto compromisso social da Universidade Pública, também de toda a sociedade é um importante mecanismo para mudar, transformar realidades ainda que historicamente vivenciadas nas populações, sobretudo, as que vivem em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

Segundo a Resolução nº 7, de 2018 do Ministério da Educação, em seu art. 3º, pontua que

A Extensão na Educação Superior Brasileira é a atividade que se integra à matriz curricular e à organização da pesquisa, constituindo-se em processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que promove a interação transformadora entre as instituições de ensino superior e os outros setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa.

A mudança na sociedade através de uma reforma interna do homem, via conscientização, pois num país com centenas de problemas a serem enfrentados, a transformação da economia corresponderia, dialeticamente, a transformação superestrutural, onde a educação se situa a nível político-ideológico.

O projeto de extensão com um trabalho social nas famílias em situação de risco visa o despertar crítico da população que vive em uma situação precária de sobrevivência, a realização de oficinas complementares, cursos, palestras, buscam assegurar a difusão dos conhecimentos obtidos na universidade com as comunidades populares.

As atividades de extensão devem estar articuladas com o ensino e a pesquisa suprimindo as demandas das comunidades interna e externa, visando a compreensão e consolidação dos conhecimentos acadêmicos e populares, vinculando a uma ou mais dimensão da extensão.

Espera-se identificar a possibilidade de multiplicação e desenvolvimento para a solução de problemas voltados para atender às demandas das populações mais carentes nas comunidades populares. Dito de outro modo, os projetos de empreendedorismo social, tecnologia social e extensão têm proporcionado correntes de construção de solução de modo coletivo e à participação social.

Assim, entre as várias formas de agregação, estão aquelas de caráter comunitário, na perspectiva do resgate dos valores humanitários e de construção de uma sociedade solidária. Neste sentido existem múltiplas formas de agregação: desde comunidades territoriais, grupos

de ajuda mútua, associações, redes de movimentos sociais, cooperativas, até as comunidades religiosas, grupos étnicos, entre milhares de outras.

3. EMPREENDEDORISMO SOCIAL: CONTEXTOS, ATUALIDADES E HISTÓRICO

O início do século XXI foi caracterizado por uma maciça revisão de valores éticos nas corporações e na sociedade em geral, traz à tona das discussões acadêmicas e das estratégias empresariais a preocupação com a solução de problemas sociais fundamentais (FISCHER, 2002). De acordo com o discurso vigente, novas combinações de recursos, sob a forma de inovações em suas diversas configurações, são necessárias e urgentes para o alcance de metas mundiais de desenvolvimento social. Isto decorrente a sua capacidade de liderança e inovação quanto as mudanças que provocam em larga escala.

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implantação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso (DORNELAS, 2008, p.22).

Segundo Meredith, Nelson e Neck (1982) apud Gera et al (2020, p.3)

Empreendedores são pessoas que têm a habilidade de ver e avaliar oportunidades de negócios, prover recursos necessários para pô-los em vantagens, e iniciar ação apropriada para assegurar o sucesso. São orientadas para a ação, altamente motivadas, assumem riscos para atingirem seus objetivos.

O significado de empreendedorismo em transformar ideias em oportunidades, fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual de vida e buscar novas oportunidades de negócio pode ser considerado como um novo paradigma atual.

Em uma comunidade popular as pessoas se tornam empreendedoras começando com as ideias, as pessoas têm ideias para manter seu próprio negócio e essas ideias precisam ser colocadas em práticas. Definir o que deseja fazer para obter sucesso é o primeiro ponto para montar seu próprio negócio e buscar resultados.

Dessa forma, pode-se entender também que ser empreendedor é ter coragem, disposição, vontade de trabalhar, é ser inovador, criativo, é ser humano e ter consciência de que o mundo dá voltas e que todos precisam de todos e que ninguém faz nada sozinho.

4. EMPREENDEDORISMO SOCIAL: UM ENFOQUE ÀS COMUNIDADES POPULARES

As comunidades populares por sua própria característica são carentes no atendimento aos seus direitos fundamentais e sociais básicos. Por esta característica se verifica que as políticas públicas governamentais não conseguem atender de forma ampla e plena as garantias individuais e sociais quanto à saúde, educação, lazer, moradia, alimentação e outras básicas correlatas.

Por oportuno, deve-se ressaltar que tal característica não é estanque e a luta por garantia de direitos faz insurgir, nestas comunidades, o empreendedorismo social. Comumente, se tem através de lideranças comunitárias o pontapé inicial para o surgimento de ideias empreendedoras, bem como sua concretização. Sejam através de associações, de cooperativas, mas a necessidade do empreendedorismo social nas comunidades populares se faz relevante para que todos possam participar das mudanças positivas agregadas nas atividades realizadas de forma colaborativa e integrativa.

Para todo modo, o tema empreendedorismo social é novo em sua atual configuração, mas na sua essência já existe há muito tempo. Comumente este termo se refere a uma pessoa que deseja fazer uma transformação no setor social; não se limita a ganhar lucro e renda, pensa em utilizar a criatividade para aperfeiçoar os objetivos sociais ao invés de benefícios materiais.

Dessa forma, o termo empreendedorismo social foi associado pelos indivíduos que estimularam o crescimento econômico por encontrarem diferentes e melhores maneiras de fazer as coisas. Empreendedores sociais procuram possibilidades de inovação e melhorias para a coletividade, e não problemas, para provocar mudanças na sociedade e não se limitam aos recursos que têm num momento.

Apesar dos empreendedores sociais possuírem características semelhantes com os empreendedores de negócio, a sua missão não tem como objetivo final a geração de lucro, mas o impacto social. São visionários e pensam sempre em inspirar a sociedade com as suas ideias e como colocá-las em práticas. São pessoas realistas, pensam em enfrentar os obstáculos e vencer as barreiras, cuja finalidade principal é de transformar o meio social o qual está inserido tornando menos dependente da caridade; também, sabem e precisam dimensionar riscos e oportunidades.

Objetiva ao empreendedor social a transformação social, o resultado positivo compartilhado, portanto, compreende que suas responsabilidades são mais ampliadas haja vista que resultados são, também, colaborados por todos (as), sejam eles positivos ou negativos. É preciso, ainda, ter uma visão de futuro, pois muitas vezes aqueles colaboradores podem não ser tão complacentes quando o resultado é negativo, sem compreender os reais motivos e, acabam não apenas desistindo do empreendimento social, mas motivando que alguns outros (as) compartilhem dessa ideia.

Compreende-se, portanto, que o empreendedor social:

São agentes de intermediação da sociedade por meio de: proposta de criação de ideias úteis para resolver problemas sociais, combinando práticas e conhecimentos de inovação, criando assim novos procedimentos e serviços; criação de parcerias e formas/meios de autossustentabilidade dos projetos; transformação das comunidades graças às associações estratégicas; utilização de enfoques baseados no mercado para resolver os problemas sociais; identificação de novos mercados e oportunidades para financiar uma missão social. (FOUD SCHWAB, SUÍÇA, apud SILVA, 2016, p.26)

Em uma comunidade popular podem ser desenvolvidas atividades por um microempreendedor sem muita dificuldade, hoje em dia nas comunidades as pessoas podem se reunir, ou, até mesmo desenvolver atividades de forma individual, como, por exemplo, artesanato, costureira, manicure/pedicure, pedreiro, carpinteiro chaveiro, cozinheira, sapateiro, eletricitista, depiladora. As pessoas têm ideias, têm planejamento, agora resta colocarem em prática. Pois bem, para a abertura de um negócio próprio o empreendedor precisa ter em mente o local ideal para montar seu negócio, além disso, é necessário avaliar para quem vai prestar o serviço ou oferecer o produto.

São ideias que geram pequenos negócios informais e que podem ser formalizados para que os seus proprietários possam melhorar a economia e a situação de vida dele mesmo e da sociedade.

Segundo o SEBRAE (2013, p.9)

As empresas de pequeno porte são fundamentais para estimular a economia do País e possibilitar a inclusão social, mediante a maior oferta de postos de trabalho. Elas representam 99,1% dos empreendimentos formais no Brasil, geram 52,2% dos empregos com carteira assinada e respondem por 20% do Produto Interno Bruto (PIB)

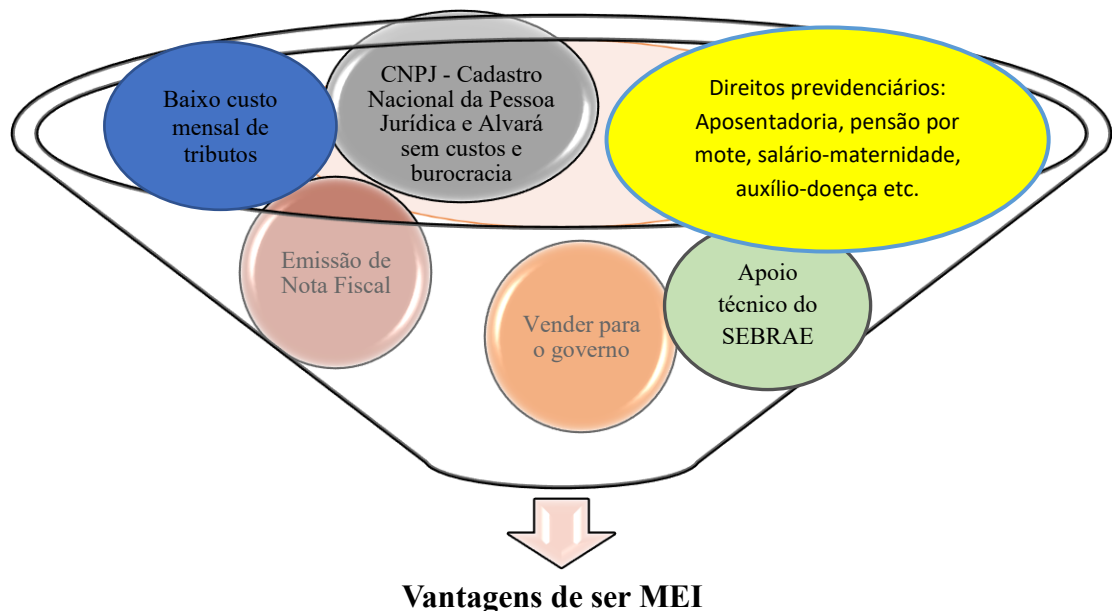
Quanto à questão da formalização e definição tem-se conforme o Comitê Gestor do Simples Nacional em sua Resolução nº 140/2018, em seu art. 100:

Art. 100. Considera-se MEI o empresário a que se refere o art. 966 do Código Civil ou o empreendedor que exerça as atividades de industrialização, comercialização e prestação de serviços no âmbito rural, optante pelo Simples Nacional, que tenha auferido receita bruta acumulada nos anos-calendário anteriores e em curso de até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais) e que:

I - exerça, de forma independente, apenas as ocupações constantes do Anexo XI desta Resolução; II - possua um único estabelecimento; III - não participe de outra empresa como titular, sócio ou administrador; e IV - não contrate mais de um empregado, observado o disposto no art. 105. § 1º No caso de início de atividade, o limite de que trata o caput será de R\$ 6.750,00 (seis mil setecentos e cinquenta reais) multiplicados pelo número de meses compreendidos entre o mês de início de atividade e o final do respectivo ano-calendário, considerada a fração de mês como mês completo.

O cadastro do MEI é realizado no portal do empreendedor no endereço do site <http://www.portaldoempreendedor.gov.br>. É gratuita, depois de se cadastrar pela internet, definir o nome do seu negócio, o CNPJ e o número de inscrição na Junta Comercial são emitidos imediatamente. Além disso, o cadastro também pode ser realizado em uma empresa de contabilidade da cidade basta ir até uma dessas empresas que faz a formalização e solicitar para fazer a inscrição do Microempreendedor Individual (MEI).

Figura 1 – vantagens de ser MEI



Fonte: Portal do Empreendedor, 2020. (Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/quais-sao-seus-direitos-e-obrigacoes>. Acesso em 23 abr. 2022).

Após a abertura do negócio, o Microempreendedor passará a pagar apenas custos com INSS R\$ 39,40 ou uma taxa de R\$ 5,00 se for o caso de exercer atividade com prestação de serviço ou R\$ 1,00 se for comércio e indústria.

Uma vantagem para quem pretende se tornar um microempreendedor é a facilidade de a família contar com os benefícios da Previdência Social: auxílio-doença, aposentadoria por idade, salário-maternidade após carência, pensão e auxílio reclusão, isenção de taxas para o registro da empresa, redução da carga tributária e facilidade para vender para o governo. Outra vantagem é que não existe burocracia para o empreendedor. Além disso, a obtenção do CNPJ faz com que a microempresa tenha mais facilidade para comprar e vender, aproveitando as oportunidades de uma pessoa jurídica, tais como: descontos, promoções, frete reduzido etc.

Desse modo, uma obrigação é a apresentação da declaração anual de faturamento, que pode ser feita até mesmo pela Internet. Outra vantagem que os empreendedores individuais adoram é que poderão se reunir em grupos para fazer compras em conjunto, permitindo melhores condições de negociação de preço e pagamento, quando irão comprar maior quantidade.

Por outro lado, há desvantagem para o Microempreendedor Individual (MEI) que é a contratação limitada de empregados, ou seja, a lei permite que seja contratado apenas um empregado para desenvolver as atividades do empreendimento. Dessa forma, há também a limitação da expansão do negócio, como vimos acima o microempreendedor só poderá ter uma receita anual de R\$ 60.000,00, caso a renda anual ultrapasse esse valor não será mais um microempreendedor e sim uma empresa de pequeno porte, além disso, o empreendedor não poderá ter nenhum sócio e nem abrir dois negócios.

As comunidades populares estão cada vez mais interligadas com o empreendedorismo, e por esse motivo é que as dificuldades encontradas nos bairros, vilas, periferias em todo o Brasil podem se tornar o sucesso para os moradores desses locais.

As condições precárias de sobrevivência gerando situações de risco nas comunidades e periferias, o desemprego, a miséria, o abandono são coisas que podem ser melhoradas pela população e moradores do próprio local.

4.1 Plano de negócio

Para se obter sucesso no empreendimento, além do entusiasmo, é de grande importância agir estrategicamente para que o resultado obtido seja de sucesso. Diante desse cenário o empreendedor deve buscar meios para melhor gerir as empresas nascentes e é por isso que a estruturação de um bom plano de negócio é fundamental para descrever o modelo do empreendimento.

Segundo SEBRAE (2013, p.9) o plano de negócio é o

o instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou mesmo ampliar ou promover inovações em seu negócio.

Desta forma, que além de ter uma boa ideia e características empreendedoras é necessário que sejam planejadas, riscos calculados, custos dimensionados, receitas e despesas pré-determinadas com o mínimo de precificação científica, dentre outras variáveis para que se possa elaborar um bom plano de negócios.

Segundo Dornelas (2008, p.98), o Plano de Negócio é um

documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite o empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio.

Com base no conceito de Degen e Mello (1989), Dornelas (2001, p. 91) aponta que “o plano de negócios é parte fundamental do processo empreendedor”, e explica que um empreendedor precisa conhecer suas ações e delinear as estratégias para a empresa que está sendo desenvolvida ou em crescimento. Além disso, este mesmo autor explica que o plano de negócios tem como principal função ser uma ferramenta de gestão para um planejamento e desenvolvimento inicial de um negócio, além de servir como fonte de captação de recursos financeiros: “exige persistência, comprometimento, pesquisa, trabalho duro e muita criatividade” (SEBRAE, 2013, p.14)

Nesse sentido, deve ser um Plano que se foque nas linhas essenciais do projeto, que defina a alocação dos vários tipos de recursos, que esteja concebido para concretizar a ideia que se pretende implementar e para solucionar os problemas que inevitavelmente aparecerão.

O plano depende dos empreendedores e das suas equipes para desenvolver estratégias que auxiliem na construção de um empreendimento, e para isso é necessário um estudo prévio do negócio onde pretende ser implantado, com o objetivo de adquirir conhecimentos acerca dos

diversos elementos que influenciarão o sucesso do empreendimento. Além disso, é importante que haja uma análise das pessoas e seus conhecimentos, bem como os processos organizacionais e as tecnologias a serem usados para construir o seu modelo de negócio.

Com o objetivo de exemplificar os conceitos a respeito de plano de negócio veja as definições elaboradas em um quadro com conceitos de vários autores sobre Planos de Negócios:

Quadro 1 – conceitos de planos de negócios

Autores	Planos de negócios
Williams (2002)	Constitui-se em inestimável fonte de informação para quem deseja fazer um planejamento com máxima segurança, afim de obter pleno êxito no mundo empresarial.
Bernardi (2009)	Projeto específico, desenvolvido para produzir determinado resultado.
Hochman e Ramal (2005)	Caracterização do negócio, forma de operar, estratégias, atingir uma fatia de mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros.
Lacruz (2008)	Documento vivo que deve ser revisto constantemente, pode passar por várias mudanças no decorrer do percurso que devem estar de acordo com o desenvolvimento econômico, tecnológico, ou ambiente interno.
Dornelas (2005)	Documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento e, ainda, permite o empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio.

Fonte: Machado, Elizandra (2012, p.43)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A extensão universitária realizada em comunidades populares tem no empreendedorismo um importante vetor de ação para empoderamento das pessoas em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

Vivenciamos a extensão universitária através da popularização contábil à geração de renda e emprego desde 2008, data em que adentramos na universidade como docente. Desde então, através das Disciplinas ACCS: (Ação pedagógica contábil-financeira: Tecnologia social para geração de renda e preservação ambiental - FCCB70) e (Extensão universitária ao desenvolvimento científico, tecnológico e de inovação) FCCB91, bem como de programas aprovados em editais do PROEXT/MEC (o último foi em 2016) e editais internos da UFBA (aprovados continuamente, inclusive em 2020), desenvolvemos atividades das mais diversificadas com o fulcro de atender às demandas populares e otimizando o processo de ensino-aprendizagem dos estudantes de graduação e de pós-graduação das mais diferentes áreas de formação.

Importante frisar, também, que as atividades extensionistas com foco no empreendedorismo às comunidades populares que desenvolvemos estão interligadas aos projetos de pesquisa PIBIC – AF intitulados: Análise da obrigatoriedade da ação curricular em comunidade e em sociedade (ACCS) na graduação e seu impacto socioeconômico em comunidades populares e PIBIC: Valoração de patentes de invenção, transferência de tecnologia e licenciamento à sociedade.

Reverberam-se em atividades com conhecimentos contábeis inter e transdisciplinares, que a princípio, alguns deles, numa visão reducionista, não se inter-relacionariam com a ciência contábil, mas que na prática, sobretudo, nas oficinas e cursos eles são imprescindíveis (pois algumas pessoas das comunidades tem pouca escolarização, ou não tem letramento), assim para que se possa ter aprendizados profícuos são necessários recursos lúdicos e criativos de áreas de conhecimento diversas, tais como artes, saúde, tecnologias de informação, engenharias, arquitetura, dentre outras, que contribuem muito para que se compreenda não apenas conceitos, mas que os mesmos possam através das trocas de experiências e saberes práticos serem efetivamente utilizados no dia-a-dia.

Finalmente, se pode concluir que o empreendedorismo faz a sociedade que não tem acesso às oportunidades estarem vivas e serem respeitadas, pois que, também, são parte importante de uma sociedade que produz, está incluída pelo trabalho e renda e sobretudo, conseguem, empreender ainda que haja forças contrárias, mas que nunca desistem e são aguerridas por natureza, portando, vencedoras com toda certeza!

REFERÊNCIAS

CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS – CDL. **Empreendedorismo: Vitalidade e novas exigências no empreendedorismo social brasileiro**, Teresina – PI. Disponível em: <http://www.cdlteresina.com.br/site/vitalidade-e-novas-exigencias-no-empreendedorismo-social-brasileiro/>. Acesso em 10 jan. 2022.

CAMINHOS PARA O EMPREENDEDORISMO SOCIAL. São Paulo: Aperam e Instituto Papel Solidário. Disponível em: <https://brasil.aperam.com/wp-content/uploads/2015/11/caminhos-empreendedorismo-social.pdf>. Acesso em 15 fev. 2022.

COMITÊ GESTOR DO SIMPLES NACIONAL – CGSN. RESOLUÇÃO Nº 140, DE 22 DE MAIO DE 2018. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=92278>. Acesso em 8 jan. 2022.

FARIAS, Maria Giovanna Guedes; FREIRE, Isa Maria. Registro da memória social de uma comunidade popular urbana. In: Encontro de estudos sobre tecnologia, ciência e gestão da informação, 3., 2012, Recife. **Anais...** Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2012. Disponível em:

http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/17737/1/2012_eve_mggfarias.pdf. Acesso em 4 mar. 2022.

FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE EXTENSÃO DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR BRASILEIRAS – FORPROEX, 2006. **Política Nacional de Extensão Universitária**. Manaus – AM, Maio de 2012. Disponível em:

<https://proex.ufsc.br/files/2016/04/Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Extens%C3%A3o-Universit%C3%A1ria-e-book.pdf>. Acesso em 16 fev. 2022.

GERA, Francisco Carlos Petrachi et al. Atividade empreendedora. Uni – FACEF – Centro Universitário de Franca. Disponível em: [file:///C:/Users/auris/Downloads/636-2566-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/auris/Downloads/636-2566-1-PB%20(1).pdf). acesso em 16 fev. 2022.

JESUS, Carla Cristina de et al. **Distintas representações: a visão dos jovens de grupos populares sobre a universidade pública**. In: Comunidades populares e universidades: Olhares para o outro. Rio de Janeiro: UFRJ, Pró-Reitoria de Extensão, 2006.

MACHADO, Elizandra. **Plano de negócios: uma abordagem baseada na gestão do conhecimento**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina – Centro Tecnológico Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Florianópolis – SC, 2012. Disponível em: <http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2012/04/Elizandra-Machado.pdf>. Acesso em 15 fev. 2022.

MACIVER, R.M.; PAGE, Charles. **Comunidade e sociedade como níveis de organização social**. In: **FERNANDES, Florestan (Org.)**. Comunidade e sociedade. São Paulo: Nacional, 1973.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR RESOLUÇÃO Nº 7, DE 18 DE DEZEMBRO DE 2018.

Disponível em:

https://proext.ufba.br/sites/proext.ufba.br/files/resolucao_no_7_de_18_de_dezembro_de_2018.pdf. Acesso em 6 mar. 2022.

NETO, José Francisco de Melo. **Extensão Universitária: bases ontológicas**. In: Extensão Universitária - diálogos populares. Disponível em: <http://www2.uesb.br/pedh/wp-content/uploads/2014/02/Extens%C3%A3o-Universit%C3%A1ria-di%C3%A1logos-populares-Jos%C3%A9-Francisco-de-Melo-Neto.pdf> . Acesso em 16 mar. 2022.

PERUZZO, Cicilia M.Krohling. **Relações públicas com a comunidade: uma agenda para o século XXI**. Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/138e83f4ce80b268ee70c7bca4dfe2cd.PDF> . Acesso em 10 jan. 2022.

RODRIGUES, Ivete; BARBIERI, José Carlos. A emergência da tecnologia social: revisitando o movimento da tecnologia apropriada como estratégia de desenvolvimento sustentável. **Rev. Adm. Pública [online]**. 2008, vol.42, n.6, pp.1069-1094.

SEBRAE. Como elaborar um Plano de Negócios, Brasília – DF, 2013. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em 6 fev. 2022.

SILVA, Flávia Maria. Construção e aplicação de uma sequência didática para o ensino de empreendedorismo e suas contribuições. Dissertação (Mestrado) da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Programa de Pós-graduação em Ensino das Ciências Humanas, Sociais e da Natureza, Londrina, 2016. Disponível em: http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/3029/1/LD_PPGEN_M_Silva%2c%20F1%c3%a1via%20Maria%20da_2016.pdf . Acesso em 4 mar. 2022.

SILVA, Jailson de Souza - Org. **Comunidades Populares e Universidade: Olhares para o Outro**, Coleção Grandes Temas do Conexões de Saberes. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.