

Analisando os conceitos de empreendedorismo social, empresas sociais e negócios sociais

Analyzing the concepts of social entrepreneurship, social enterprise and social business

Analizar los conceptos de emprendimiento social, empresa y negocio sociales

Recebido: 30/06/2022 | Revisado: 12/07/2022 | Aceito: 14/07/2022 | Publicado: 21/07/2022

Marcelo T Okano

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1680-7821>

Universidade Paulista, Brasil

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Brasil

Universidade Estadual de Campinas, Brasil

E-mail: marcelo.okano@fatec.sp.gov.br

Celi Langhi

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5527-2412>

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Brasil

E-mail: celi@infolearning.com.br

Suely dos Santos Sousa

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8757-2586>

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Brasil

E-mail: suely.sousa2@etec.sp.gov.br

Sirlei Nascimento

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1508-3545>

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Brasil

E-mail: sirlein@gmail.com

Resumo

Muito se discute sobre as organizações sociais na academia e no mercado de trabalho, mas não existe um acordo conceitual comum sobre a compreensão dos conceitos. O objetivo deste artigo é, por meio de uma pesquisa bibliométrica, obter as definições de empreendedorismo social, empresas sociais e negócios sociais e desmistificar estes conceitos, além de incentivar os acadêmicos e pesquisadores a desenvolverem pesquisas nestas áreas. De acordo com o objetivo e finalidade deste projeto, a pesquisa adotou a abordagem qualitativa, a forma de raciocínio lógico utilizada foi o método indutivo e em relação à natureza das fontes utilizadas a pesquisa é classificada como bibliográfica. Pode-se concluir que, além, destas empresas poderem contribuir em áreas que são, a princípio, responsabilidade dos governos municipal, estadual e federal, mas estas esferas não têm condições de manter um serviço de qualidade para a população, permitindo assim que outras organizações sociais possam substituir os governos nestes serviços e atender uma população necessitada.

Palavras-chave: Empresa social; Negócio social; Empreendedorismo social.

Abstract

Much is discussed about social organizations in academia and in the job market, but there is no common conceptual agreement on understanding the concepts. The objective of this article is, through bibliometric research, to obtain the definitions of social entrepreneurship, social enterprises and social business and to demystify these concepts, in addition to encouraging academics and researchers to develop research in these areas. According to the objective and purpose of this project, the research adopted a qualitative approach, the form of logical reasoning used was the inductive method and in relation to the nature of the sources used, the research is classified as bibliographic. It can be concluded that. In addition, these companies can contribute to areas that are, in principle, the responsibility of the municipal, state and federal governments, but these spheres are not able to maintain a quality service for the population, thus allowing other social organizations to replace the governments in these areas. services and serve a population in need.

Keywords: Social enterprise; Social business; Social entrepreneurship.

Resumen

Mucho se discute sobre las organizaciones sociales en la academia y en el mercado laboral, pero no existe un acuerdo conceptual común sobre la comprensión de los conceptos. El objetivo de este artículo es, a través de una investigación bibliométrica, obtener las definiciones de emprendimiento social, empresas y negocios sociales y desmitificar estos conceptos, además de incentivar a académicos e investigadores a desarrollar investigaciones en estas áreas. De acuerdo con el objetivo y propósito de este proyecto, la investigación adoptó un enfoque cualitativo, la forma de

razonamiento lógico utilizada fue el método inductivo y en relación con la naturaleza de las fuentes utilizadas, la investigación se clasifica como bibliográfica. Se puede concluir que. Además, estas empresas pueden contribuir en áreas que en principio son responsabilidad de los gobiernos municipales, estatales y federal, pero estas esferas no son capaces de mantener un servicio de calidad para la población, permitiendo así que otras organizaciones sociales sustituyan a los gobiernos. en estas áreas servicios y atender a una población necesitada.

Palabras clave: Empresa social; Negocio social; El emprendimiento social.

1. Introdução

Apesar do crescente interesse acadêmico em economia social e empreendedorismo social, não existe um acordo conceitual comum e compreensão desses conceitos. A definição desses conceitos é ainda complexo dadas as manifestações heterogêneas de empreendedorismo social na prática. Além disso, embora influenciem mutuamente, os debates teóricos entre os estudiosos não concordam com os debates e discussões entre os profissionais da área (Deraedt, 2009).

A importância do empreendedorismo, conforme Araújo e Castro (2021), é uma alternativa para a saída de uma crise social e econômica, por outro lado, Moreira et al. (2021) consideram que o empreendedorismo é um fator importante na movimentação da economia local e na geração de emprego e renda.

A fim de compreender a heterogeneidade no campo vários conceitos são utilizados (por vezes de forma intercambiável). Os mais comuns são o empreendedorismo social, empresas sociais, negócios sociais e empreendedor social. É importante notar, no entanto, as diferenças conceituais das definições dos vários termos: empreendedorismo social está relacionado normalmente com a cultura ou processo geral da empresa; negócios sociais e empresas sociais referem-se aos resultados e metas das empresas. O empreendedor social é quem começa a empresa ou empreendimento, ou seja, o fundador e líder do negócio (Mair & Marti, 2005). Daraedt (2009) considera o empreendedor social como o a força motriz da inovação social.

Para Okano (2020), diversos fatores podem justificar a valorização destes temas, mas o principal é que ao assumirem uma responsabilidade mais ampla sobre o conjunto da sociedade, as empresas suprem necessidades comunitárias que até então não estavam satisfatoriamente atendidas pelo governo.

O objetivo deste artigo é, por meio de uma pesquisa bibliométrica, obter as fundamentações sobre empresa social, empreendedorismo social e negócio social e desmistificar estes conceitos, além de incentivar os acadêmicos e pesquisadores a desenvolverem pesquisas nestas áreas.

2. Materiais e Métodos

De acordo com o objetivo e finalidade deste projeto, a pesquisa adotou a abordagem qualitativa, pois surge como uma possibilidade de produção de conhecimento científico, por levar em conta a realidade vivenciada pelo objeto em estudo, mediante seu contexto histórico e social (Rhoden, & Zancan, 2020).

A forma de raciocínio lógico utilizada foi o método indutivo. No método dedutivo, parte-se do que é aceito como verdade geral de um axioma, para por meio de uma premissa intermediária e específica, chegar a uma conclusão também verdadeira (Martelli et al., 2020).

Em relação à natureza das fontes utilizadas a pesquisa é classificada como bibliográfica. A pesquisa bibliográfica apresenta-se, na literatura, como mais flexível, podendo, inclusive, ser apenas parte da pesquisa empírica, bem como ser apresentada na forma de um capítulo de tese ou dissertação (Soares et al., 2018).

Para identificar o estado da arte, foi realizada uma pesquisa bibliográfica utilizando o método de revisão sistemática, que segundo Sampaio e Mancini (2007), é um método formal para a síntese de informações disponíveis em estudos primários relevantes para o conjunto de pesquisas.

Conforme Donato e Donato (2019), uma revisão sistemática tem que ter uma pesquisa minuciosa, objetiva e que possa

ser reproduzida com um conjunto de recursos, para identificar o máximo possível de estudos.

Segundo Kitchenhan et al. (2008), a revisão sistemática caracteriza-se pela adoção de uma metodologia de identificação, análise e interpretação de todas as evidências disponíveis durante a pesquisa, de modo que seja livre de vieses e possa ser repetida se necessário.

A Revisão Sistemática da literatura foi realizada com dois propósitos: reunir conhecimentos sobre empreendedorismo social e outras áreas do conhecimento, com o objetivo de encontrar estudos primários sobre o assunto e as soluções apontadas na literatura.

3. Resultados e Discussão

3.1 Empresa Social

O empreendedorismo social refere-se a um processo ou comportamento geral, portanto, uma definição ampla que engloba várias organizações ainda pode ser distinguida. Por outro lado, o termo “empresa social” refere-se aos resultados tangíveis do empreendedorismo social, pelo que é muito mais difícil referir-se a uma única descrição que abranja todas as práticas existentes (Deraedt, 2009). Pode-se destacar algumas características das empresas sociais:

- A meta principal da empresa social não é o lucro como as empresas em geral, e sim proporcionar um valor social para os clientes.

- Os clientes de uma empresa social são sempre os mesmos, os bens e serviços são produzidos para uma base fixa. As organizações sem fins lucrativos que defendem ou que tenham o repasse de verbas financeiras como o objetivo principal, nem sempre, podem ser consideradas empresas sociais (Defourny & Nyssens, 2008b).

Outra forma de distinguir as empresas sociais são:

- 1- Orientação Empresarial – As empresas sociais têm como objetivo a produção de bens ou serviços para um mercado.

- 2- Orientação Social – As empresas sociais têm metas ambientais e/ou sociais explícitas tal qual a formação, geração de empregos e a prestação de serviços locais. Seus valores éticos podem incluir o compromisso de desenvolver habilidades em sua comunidade local. Seus lucros são reinvestidos principalmente para atingir seus objetivos sociais.

Muitas empresas sociais também são caracterizadas pela propriedade social. São organizações autogovernadas cuja governança e estrutura muitas vezes se baseiam na participação de grupos de interesse (como trabalhadores, usuários, clientes, grupos comunitários locais e investidores sociais) ou dos gerentes ou diretores que controlam a empresa em nome de grupos mais amplos. “Eles são responsáveis perante as partes interessadas e a comunidade em geral por seus impactos sociais, ambientais e econômicos. Os lucros podem ser compartilhados como lucros para as partes interessadas ou usados em benefício da comunidade (Social Enterprise Coalition, 2003)”.

Além desses elementos centrais, outras definições de empresas sociais estão alinhadas as suas tradições:

- Na tradição europeia continental, as empresas sociais seguem os objetivos do mercado, sociedade civil e as políticas públicas e os recursos financeiro são obtidos de várias formas como vendas, serviços a usuários, doações e dinheiro público (Defourny & Nyssens, 2008a).

- Empresas sociais, na tradição anglo-saxão, são orientadas para o mercado empresarial, as suas atividades geram rendas para o mercado a fim de terem receitas para desenvolver a missão social.

- Em outras tradições alternativas, a empresa social tem uma abordagem mais ampla, pois geram renda com a produção de bens e serviços com um propósito social, é utilizada no reino Unido e na Irlanda (Deforma & Nyssens, 2008a).

- Uma última tradição destaca os aspectos inovadores de empresas sociais por meio da combinação de dois dos seguintes itens: novos tipos de serviços, novas formas de produção, mercados emergentes e novos modelos de negócios (Dees

& Anderson: 2006 em Defourny & Nyssens, 2008a). Esse tipo de "inovação social" destaca o papel do empreendedor social como um agente de inovação e seu propósito de garantir o sucesso da empresa e atingir suas metas .

Yunes (2007, p.28), define os seguintes tipos de empresas sociais:

1- A primeira é uma empresa que fornece benefícios sociais aos proprietários em vez de maximizar os lucros, de propriedade de investidores que buscam benefícios sociais (por exemplo, redução da pobreza, saúde, sociedade, sustentabilidade global etc.), buscando satisfação psicológica, emocional e espiritual, não recompensa financeira.

2- A segunda são empresas maximizadoras de lucro cujos proprietários são pobres ou desfavorecidos. Nesse caso, os benefícios sociais decorrem dos dividendos e do crescimento do patrimônio gerado por empresas que maximizam os lucros que ajudarão os pobres, ajudando-os a reduzir a pobreza ou até mesmo a sair dela por completo.

3.2 Negócio Social

Embora, os termos empresas e negócios sociais são ambos referentes a organizações do setor privado, eles adquiriram significados diferentes em algumas regiões. Em contraste com a definição de empresa social que se refere a iniciativas nas quais uma parte significativa do rendimento provém de dinheiro público e subvenções, o conceito de negócio social refere-se a essas empresas que estão numa maior extensão contando com recursos gerados por negociação. (GHK: 2006; Defourny & Nyssens: 2008a).

Outras definições:

“A principal finalidade do campo de Negócio Social é diminuir as vulnerabilidades e as desigualdades sociais das forças de mercado que desempenham um papel integrador entre modelos de negócios sustentáveis” (Barki et al. 2015),

“Um negócio social pode ser considerado um negócio inclusivo quando se está focada em gerar emprego e renda para as pessoas pobres que vivem em áreas de risco social e ambiental “ (Comini & Teodósio, 2012).

“Os negócios sociais combinam missão social e métodos de mercado, conceitos que são tradicionalmente mantidos como um paradoxo. O processo pelo qual está a síntese dos objetivos sociais e abordagens baseadas no mercado podem ser alcançados, estão muito escassos” (Wilson & Post, 2013).

“As empresas sociais, negócios inclusivos e negócios sociais são alguns dos termos usados atualmente para explicar as organizações que visam resolver problemas sociais com a sustentabilidade financeira e eficiência através de mecanismos de mercado” (Comini et al, 2012) ”.

“O negócio social refere-se as organizações que conscientemente usam ferramentas sociais, mídia social e redes sociais com o objetivo de integrar a tecnologia Web2.0 e a Internet para reconstruir o canal de comunicação para os consumidores, mudar a forma de gestão da organização e operação do negócio” (Wang et al, 2014).

De acordo com Comini et al. (2012), as empresas sociais foram endereçadas através de três perspectivas fundamentais: o norte-americano, que tende a relacionar negócios sociais para as empresas que servem a base da pirâmide (Prahalad, 2005); o europeu, em que a ação coletiva e associativismo são destacadas e, finalmente, a perspectiva dos países em desenvolvimento, em que as empresas sociais tendem a visar incluindo os pobres e marginalizados:

1- A perspectiva europeia, nascida da tradição de economia social (associações e cooperativas), enfatiza o papel das organizações da sociedade civil com funções públicas.

2- A perspectiva americana define empresas sociais principalmente como organizações privadas que aplicam a lógica do mercado para a resolução dos problemas sociais.

3- Uma terceira abordagem, predominante nos países em desenvolvimento, enfatiza iniciativas de mercado que visam a redução da pobreza e a transformação das condições sociais para os indivíduos marginalizados ou excluídos.

Diferentemente da Europa, nos Estados Unidos o termo mais prevalente é um negócio social. Ele é frequentemente

usado para definir uma empresa que tem objetivos sociais, como na Europa, ou uma unidade de negócios incorporado em uma empresa tradicional. Além disso, o termo foi apropriado por organizações sem fins lucrativos que decidiram ingressar no mercado com a venda de bens e serviços:

- 1- Filantropia corporativa - uma organização sem fins lucrativos que se dedica parte de seus recursos para programas sociais, como parte de sua estratégia competitiva;
- 2- Uma empresa com uma finalidade social - uma organização com uma missão social, que opera no mercado para cumprir sua missão de forma mais eficaz;
- 3- Híbrida - uma organização com o duplo objetivo de ganhar dinheiro para os seus stakeholders e de abordar os objetivos sociais definidos;
- 4- Um projeto de financiamento - uma atividade organizacional dedicada exclusivamente à geração de receitas para a organização;
- 5- Um projeto finalidade social - a atividade de uma organização concebida exclusivamente para endereço selecionado, missões sociais ou objetivos sociais.;
- 6- Um projeto híbrido - uma atividade organizacional projetada para produzir receitas e contribuir para a missão.

Na perspectiva dos países em desenvolvimento, para Comini et al (2012), o termo usual é negócio inclusivo. Considera que visão latino-americana como a visão asiática de Yunus (2008) possuem elementos comuns e as analisa conjuntamente. Afirmam que ambas as visões apontam que os negócios sociais ou inclusivos possuem forte preocupação com a redução da pobreza e as iniciativas desse tipo devem ter impacto social positivo, efetivo e, sobretudo, de longo prazo.

3.3 Origem

Os artigos de Dees (1998) e Prahalad e Hart (2002) são as bases de origem para a maioria dos artigos pesquisados sobre negócios sociais. Estes artigos serviram como incentivo para diversas organizações.

Uma vez influenciado pelo artigo de Dees (1998), muitas perspectivas diferentes sobre empreendedorismo social e negócio social têm sido discutidas na academia. Do lado da gestão, esses tipos de empresas também têm proliferado nas últimas décadas. Yunus com o seu trabalho sobre Grameen Bank tem inspirado muitos outros empresários e organizações para criar um tipo de negócio mais incorporado com uma finalidade social (Barki et al., 2015).

Segundo Comini et al (2012), desde o artigo seminal de Prahalad e Hart (2002) sobre a relevância da Base da Pirâmide (BoP), muito tem sido escrito sobre o tema. A discussão, que começou sobre o potencial deste mercado (Prahalad & Hart, 2002; Prahalad, 2005) evoluiu para incorporar formas de desenvolver modelos de negócios que podem oferecer acesso a produtos e serviços para o BDP, enquanto também ajuda a diminuir a alta déficit social do mundo. Dois grandes estudiosos das estratégias empresariais, C.K. Prahalad e Stuart L. Hart, publicavam juntos um artigo que marcaria o pensamento corporativo nos anos seguintes. “A Fortuna na Base da Pirâmide”, que posteriormente daria origem a Sigla BoP, (da sigla em inglês de “Base da Pirâmide”), em referência aos mecanismos dos quais as empresas devem se valer para aproveitar as oportunidades de negócios nas classes de menor poder aquisitivo da sociedade.

4. Considerações Finais

O fato de as empresas terem que ter lucros, como é a base do sistema capitalista, implica em cercear os objetivos sociais das empresas e deixá-las em segundo plano, mas permitem que sejam desenvolvidos “negócios sociais” em subáreas correlatas como sustentabilidade, redes de empresas (cooperativas, cluster, arranjo produtivos locais etc.), cadeias de suprimentos entre outros. O fato de ser uma área nova propicia várias oportunidades de pesquisas e descobertas sociais.

Além, destas empresas poderem contribuir em áreas que são, a princípio, responsabilidade dos governos municipal,

estadual e federal, mas estas esferas não têm condições de manter um serviço de qualidade para a população, permitindo assim que outras organizações sociais possam substituir os governos nestes serviços e atender uma população necessitada.

Este artigo procurou explicitar os conceitos de empreendedorismo social, empresas sociais e negócios sociais e as suas aplicações no mercado em geral. Como sugestão de trabalhos futuros, pode-se realizar uma pesquisa empírica com os tipos de empresas explicitadas para verificar as características reais de cada uma delas.

Referências

- Araújo, E. R., & Castro, M. N. de. (2021). Uma análise crítica à concepção do empreendedorismo como alternativa para saída da crise social e econômica. *Research, Society and Development*, 10(6), e17410615826. <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i6.15826>
- Barki, E., Comini, G., Cunliffe, A., Hart, S., & Rai, S. (2015). Social entrepreneurship and social business: Retrospective and prospective research. *Revista de Administração de Empresas*, 55(4), 380-384.
- Comini, G., Barki, E., & Aguiar, L. T. D. (2012). A three-pronged approach to social business: A Brazilian multi-case analysis. *Revista de Administração (São Paulo)*, 47(3), 385-397.
- Deraedt, E. (2009). Social enterprise: a conceptual framework. Conceptual Discussion Paper for the ILO social Enterprise Developing Targeting Unemployed Youth in South Africa (SETYSA) project.
- Dees, J. G. (1998). The meaning of social entrepreneurship.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2008a). Conceptions of Social Enterprises in Europe and the United States: Convergences and Divergences. HIVA Working Paper, 20p.
- Defourny, J., & M., Nyssens (2008b), Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments, *Social Enterprise Journal* 4 (3): 202-228.
- Donato, H., & Donato, M. (2019). Etapas na Condução de uma Revisão Sistemática. *Acta Médica Portuguesa*, 32(3).
- GHK, (2006), Social enterprise: An international Literature Review. International review commissioned by the Social Enterprise Unit (SEnU), UK, 88p.
- Kitchenhan, B., et al. (2008). Systematic literature reviews in software engineering: A systematic literature review, *Information and Software Technology*. Technical report.
- Mair, J., & Marti, I. (2006), Social Entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business* 41 (1): 36-44.
- Martelli, A., de Oliveira Filho, A. J., Guilherme, C. D., Dourado, F. F. M., & Samudio, E. M. M. (2020). Análise de metodologias para execução de pesquisas tecnológicas. *Brazilian Applied Science Review*, 4(2), 468-477.
- Moreira, E. B., da Silveira, J. B., Maeta, V. L., Adami, E. R., & Ogoshi, R. C. S. (2021). Desenvolvimento regional e empreendedorismo: percepções dos atores locais de transformação. *Research, Society and Development*, 10(15), e367101523040-e367101523040.
- Okano, M. T. (2020). Análise bibliométrica das empresas sociais: qual o seu impacto na produção acadêmica?. *Research, Society and Development*, 9(3), e73932435-e73932435.
- Sampaio, R. F., & Mancini, M. C. (2007) Estudos de Revisão Sistemática: Um guia para síntese criteriosa da evidência científica. *Rev. Bras. Fisioter. São Carlos*, 11(1), 83-89.
- Soares, S. V., Picolli, I. R. A., & Casagrande, J. L. (2018). Pesquisa bibliográfica, pesquisa bibliométrica, artigo de revisão e ensaio teórico em administração e contabilidade. *Administração: ensino e pesquisa*, 19(2), 308-339.
- Prahalad, C. K., & Hart, S. L. (2002). O pote de ouro na base da pirâmide. *HSM Management*, 32, 14-27.
- Rhoden, J. L. M., & Zancan, S. (2020). A perspectiva da abordagem qualitativa narrativa de cunho sociocultural: possibilidade metodológica na pesquisa em educação. *Educação*, 45, 1-22.
- Teodósio, A. D. S. D. S., & Comini, G. (2012). Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context. *Revista de Administração (São Paulo)*, 47(3), 410-421.
- Wang, L., Liu, S., Pan, L., Wu, L., & Meng, X. (2014, June). Enterprise relationship network: Build foundation for social business. In 2014 IEEE International Congress on Big Data (pp. 347-354). IEEE.
- Weinberg, B. D., de Ruyter, K., Dellarocas, C., Buck, M., & Keeling, D. I. (2013). Destination social business: Exploring an organization's journey with social media, collaborative community and expressive individuality. *Journal of interactive marketing*, 27(4), 299-310.
- Wilson, F. & J. E. Post (2013). "Business models for people, planet (& profits): exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation." *Small Business Economics* 40(3): 715-737.
- Yunus, M., et al. (2010). "Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience." *Long Range Planning* 43(2-3): 308-325.