

## **PROPOSIÇÃO DE CATEGORIAS DE ANÁLISE PARA O EMPREENDEDORISMO SOCIAL: CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS**

**CARLA SPILLERE BUSARELLO**

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

**MELISSA WATANABE**

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

**MARISTELA QUARTIERO DE FAVERI**

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

**NICOLE VICTOR GOMES**

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

## **PROPOSIÇÃO DE CATEGORIAS DE ANÁLISE PARA O EMPREENDEDORISMO SOCIAL: CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS**

**Resumo:** O empreendedorismo social é uma temática que emergiu do universo empírico para o universo científico. Sendo que no universo empírico os empreendimentos sociais reconhecidos e que se têm registro, datam da década de 1960, entretanto o universo científico passou a reconhecer e discutir a temática a partir da década de 1980. Doravante este marco temporal, as discussões sobre empreendedorismo social têm crescido na literatura, mas se entende que não há uma conceituação clara e objetiva para o termo, dificultando para que o universo empírico reconheça e compreenda um empreendimento social. Por isso o presente estudo tem como objetivo propor categorias de análise para o empreendedorismo social, visando contribuir com o avanço da literatura. O método de pesquisa utilizado foi o indutivo, por meio de uma análise qualitativa, sendo o objetivo de pesquisa descritivo, propositivo e exploratório. O empreendedorismo social ainda não possui seu conceito claro em função das diversas naturezas jurídicas que um empreendimento brasileiro pode estar configurado, portanto a importância de se ter categorias de análise que auxiliem a categorizar um empreendimento social independente de sua natureza jurídica.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Social. Categorias de Análise. Contribuições Teóricas.

### **Introdução**

Empreendedorismo Social é uma temática relativamente nova no meio acadêmico. Mundialmente começou a ser estudado na década de 1980 (YUNUS, 2009) e no Brasil por volta de 1990 (OLIVEIRA, 2004). O tema surge como uma forma para dirimir às necessidades sociais, principalmente as decorrentes de problemas sociais relacionados à falta de recursos financeiros, como por exemplo, a fome, a miséria, a violência, o tráfico de entorpecentes, a prostituição infantil, a falta de recursos na saúde, a falta de acesso à educação, dentre outras (YUNUS, 2010). Nota-se que são problemas que afetam diversas regiões no mundo e considerando tamanha complexidade, as políticas governamentais e as iniciativas do setor privado não alcançam um total êxito na resolução de tais problemas.

Partindo deste pressuposto, analisa-se brevemente o empreendedorismo tradicional, o qual, é um tema bastante debatido na literatura, trazendo consigo a ideia de criação de valor e de produtividade na busca da otimização dos recursos e ampliação dos lucros. No desenvolvimento da literatura outros conceitos foram emergindo, como as ideias de Joseph Schumpeter (1943), em que afirmava que o foco central do empreendedorismo é a inovação. Na década de 1980, Peter Drucker (1985) introduziu ao empreendedorismo a ideia de criar e aproveitar oportunidades. Desta forma é possível identificar três diretrizes base do conceito de empreendedorismo na literatura: i) criação de valor; ii) inovação; e, iii) capacidade de criar oportunidades e aproveitar as já existentes (QUINTÃO, 2004).

Ao relacionar tais empreendedores e um foco numa missão social, destaca-se quando eles agem de modo a identificar e modificar alguma situação que apresente alguma exclusão de indivíduos. Seguindo o pensamento de Martin e Osberg (2007), é possível entender os motivos que levam os empreendedores sociais a empreenderem pelas causas sociais, ultrapassando as relações de popularidade do tema, criando ou impulsionando mudanças sociais duradouras. Neste contexto vale ressaltar as experiências de Muhammad Yunus a partir de 1976, ao conceder pequenos empréstimos financeiros aos pobres de uma aldeia de Bangladesh, ação que originou o Grameen Bank na década de 1980. Tal instituição de microcrédito era totalmente inovadora e revolucionou a maneira de fazer empréstimos, diferenciando-se dos bancos tradicionais.

A partir do exemplo de Yunus, o empreendedorismo social começou a ser discutido de fato, com o surgimento da Escola de Inovação Social (*Social Innovation School*) e da Escola de Empreendimentos Sociais (*Social Enterprise School*). A primeira é norte americana, fruto dos trabalhos de Bill Drayton que fundou a Ashoka em 1980. Desde então para esta escola o empreendedor social é considerado o gerador da mudança social, que por meio da inovação é capaz de revolucionar modelos de negócios a fim de beneficiar pessoas que sofrem algum tipo de exclusão por falta de recursos financeiros. A segunda é de origem europeia, e atinge a sua missão social por meio da geração de renda proveniente da gestão administrativa adequada dos empreendimentos sociais, prestando um incentivo generalizado ao uso de ferramentas e ideias de negócios. Para esta escola existem dois objetivos centrais: a) a criação de valor social; e b) administração técnica (DEES, 1998; ASHOKA, 2001; MARTIN, OSBERG, 2007, NICHOLLS, 2008; BACQ, JANESSEN, 2011). Em termos gerais, o empreendedorismo social surgiu como uma forma de solucionar problemas derivados da falta de oportunidade para as pessoas, devido, principalmente, as suas condições financeiras.

Por se tratar de um tema emergente e de vanguarda na produção científico-acadêmica mundial, percebe-se que o empreendedorismo social é um termo que ainda carece de definição clara e objetiva. Mesmo assim alguns autores (DEES, 1998; PARENTE, 2011; MARTIN e OSBERG, 2007) concordam que o seu objetivo final precisa ser priorizado, ou seja, é a geração de valor social para um determinado grupo. O empreendedorismo social pode partir do setor público ou do setor privado para alcançar os seus próprios objetivos. Há uma linha tênue entre o mundo dos negócios e do ativismo social, portanto é válido ressaltar que o primeiro, muitas vezes, pode ter desencadeado do segundo, este, por sua vez, é visto como uma chave mestra no combate contra as desigualdades sociais, emergindo de um grande problema social e podendo se tornar uma oportunidade de negócio interessante.

Muitos são os termos que permeiam o ambiente social visando a sua transformação. Por este fato é que se ressalta a importância de um estudo que os diferenciem claramente. Outro ponto relevante para a literatura é uma discussão pontual sobre a análise de negócios sociais a fim de distinguir aqueles que se configuram como empreendimento social. Este trabalho discute as diferenças entre i) responsabilidade social; ii) negócio social; e, iii) negócio de impacto social, tendo por objetivo apresentar categorias de análise para empreendimentos sociais, de forma a diferenciá-lo mais clara e objetivamente dos demais termos.

## **Revisão teórica**

O trabalho de Joseph Schumpeter (1943) decorre do século XVIII, e exerce um papel fundamental no que diz respeito à aplicação de inovação nos processos, serviços e produtos, na lógica do empreendedorismo tradicional, mas também surte efeito no desenvolvimento das atividades dos empreendedores sociais pela lógica da destruição criativa, isto é, de que o mercado precisa se reinventar para abrir novas fronteiras e garantir vantagem competitiva sustentável (SCHUMPETER, 1943). No caso do empreendedorismo social, a vantagem competitiva se dá na geração de benefício social revertido à população menos favorecida e também na capacidade de replicação deste empreendimento social (DEES, 1998).

Nas concepções de Oliveira (2004) o empreendedorismo social começa a se manifestar principalmente com o crescimento do Terceiro Setor. Conforme Melo Neto e Fróes (2001), a percepção das necessidades de determinada comunidade, por um homem de negócios, e a busca por apresentar melhorias nas condições de vida dessa comunidade aproximaram o empreendedorismo tradicional das classes sociais menos favorecidas, contribuindo para o surgimento de empreendimentos sociais. Já para Abu-Saifan (2012), as estratégias de negócios dos empreendedores sociais podem ser: i) sem fins lucrativos, mas

autossustentáveis devido a sua atividade comercial; e, ii) com fins lucrativos, voltado a uma missão social, e pode render lucro pessoal.

A Quadro 1 aponta algumas definições de autores da área do empreendedorismo social na literatura mundial ao longo dos anos. Em linhas gerais é possível formular um melhor entendimento a respeito de como a temática empreendedorismo social vem sendo abordada no meio científico-acadêmico.

Quadro 1: Conceitos de Empreendedorismo Social no meio acadêmico científico

AUTORES	DEFINIÇÃO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL
Waddock e Post (1991)	Criação ou elaboração de uma organização pública a fim de alterar significativamente o padrão existente de alocação dos recursos públicos escassos.
Leadbeater (1997)	Identificação dos produtos subutilizados, que são colocados em uso para satisfazer as necessidades sociais não atendidas.
Dees (1998)	Empreendedores sociais tem uma missão social que, associada à gestão empresarial, à inovação e à determinação, conseguem proporcionar benefícios sociais duradouras a população que necessita.
Wallace (1999)	Empreendedores tem como responsabilidade a melhoria de sua comunidade – derivando da coesão social e política de uma comunidade.
Thompson <i>et al.</i> (2000)	Se propõe a adicionar algo novo e diferente com a finalidade de construir capital social – centrado nas medidas tomadas por atores do setor privado.
Cook, Doods e Mitchell (2002)	Parceria social entre os setores público e empresarial visando atender as necessidades sociais.
Sullivan Mort <i>et al.</i> (2003)	Procurar e reconhecer oportunidades que facilitem a criação de novas organizações sociais, e também manter as organizações sociais já existentes em contínua inovação.
Oliveira (2004)	O Empreendedorismo Social deriva do terceiro setor
Vale, Wilkinson e Amâncio (2008)	Vertente do empreendedorismo que percebe o empreendedor como um criador de redes. Encara a inovação como sendo a sua ‘mola mestra’.
Boszczowski e Teixeira (2012)	Tem por objetivo o desenvolvimento sustentável dos setores social e ambiental. Papel de um agente propulsor do desenvolvimento econômico, que visa à solução de um problema social ou ambiental.
Spitzeck, Boechat e Leão (2013)	Objetivo de satisfazer as necessidades sociais, evitando riscos, mas também identificando oportunidades e criando valores sociais.
Casaqui (2014)	É um ator que visa unir duas facetas – o papel do empreendedor e a defesa da “economia social”. Busca lugar no mundo do trabalho.
Kuimjian, Souza e Sant’anna (2014)	Nasce como alternativa aos problemas sociais, econômicos e ambientais.

Fonte: Elaboração própria.

A discussão teórica apresentada aqui evidencia a falta de clareza no conceito e compreensão da temática empreendedorismo social. As discussões estão pautadas sem a configuração clara de uma natureza jurídica, bem como a colocação dos empreendimentos sociais nos setores da sociedade e da economia. Portanto a seção a seguir se propõe a discutir sobre estes setores e em qual deles um empreendimento social pode se inserir.

### Setores da sociedade *versus* setores da economia

Os fatores ligados aos setores da sociedade e aos setores da economia podem causar certo grau de confusão no entendimento dos conceitos e abrangência acerca do empreendedorismo social, por esse motivo será feita uma breve diferenciação conceitual, situando o leitor nos setores da sociedade. Assim os setores da sociedade estão ligados: i) ao primeiro setor que se destinam as atividades do Estado ou do governo; ii) ao segundo setor que diz respeito ao mercado, ou seja, as empresas privadas com fins lucrativos; e, iii) ao terceiro setor que é representado pelas organizações não governamentais, não econômicas ou associações (TENÓRIO, 2005). Já os setores da economia estão relacionados à atividade produtiva em si, divididos em: i) setor primário, que envolve agricultura, pecuária e extrativismo sendo responsável pela matéria prima que irá abastecer a indústria; ii) setor secundário, o qual é responsável pelo processamento de matérias primas, e distribuição de produto acabado; e, iii) setor terciário, destinado a prestação de serviços (FREITAS, 2015). A Figura 1 ilustra os dados mencionados.

Figura 1: Diferenças entre os setores da economia e os setores da sociedade



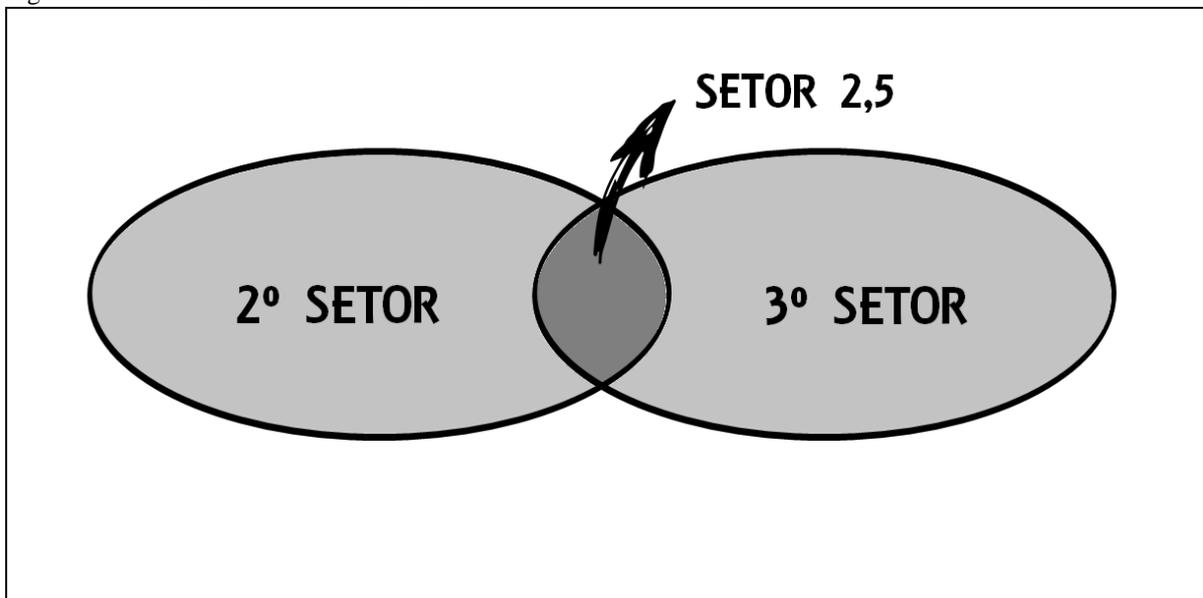
Fonte: Elaboração Própria.

Conforme Dees (1998), o empreendedorismo social é fruto da ineficiência do poder público e do poder privado em atender certa parcela da população, para o autor ser um empreendedor social, demanda alto grau de envolvimento com a missão social, gestão técnica apropriada, alto grau de inovação e determinação. A principal diferença entre empreendedorismo tradicional e empreendedorismo social é o motivo para a ação, enquanto o primeiro visa lucro financeiro, o segundo é movido pela missão social, e ambos surgem da identificação de problemas que necessitam de solução (DEES, EMERSON e ECONOMY, 2002; MARTIN e OSBERG, 2007).

Não é possível generalizar o terceiro setor como empreendimento social, sem que haja uma avaliação específica de cada caso. Empreendedorismo social também não deve ser confundido com filantropia ou caridade, pois essas são ações isoladas e não surtem efeitos duradouros (THE WHARTON SCHOOL, 2005). O empreendedorismo social visa a transformação social em vários campos de atuação, como educação, saúde, meio ambiente e desenvolvimento empresarial. A *Schwab Foundation For Social Entrepreneurship* é uma fundação sem fins lucrativos, fundada em 1998, que atua sob a supervisão do Governo Federal Suíço, com o intuito de alavancar e fomentar o empreendedorismo social. Segundo Schwab (2015) os modelos organizacionais com características de empreendimentos social

podem ser: organizações sem fins lucrativos, negócios sociais e modelos híbridos, que estão incluídos entre o segundo e terceiro setor, melhor ilustrado pela Figura 02 (SCHWAB FOUNDATION FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP, 2015).

Figura 2: Modelo Híbrido ou “dois e meio”.



Fonte: Elaboração própria.

A responsabilidade social empresarial também não deve ser confundida com empreendedorismo social. Na visão de Oliveira (2004) a responsabilidade social se manifesta em ações internas e externas à empresa. Para Kotler (2000), a responsabilidade social está diretamente ligada às estratégias de marketing do negócio, no qual as organizações equilibram os objetivos da empresa, manifestos no lucro dos acionistas, e incluem considerações sociais éticas às suas práticas administrativas. Neste sentido, a responsabilidade social é entendida por Daft (1999, p.88), como “a obrigação da administração de tomar decisões e ações que irão contribuir para o bem-estar os interesses da sociedade e da organização”. Vale ressaltar que a responsabilidade social empresarial é praticada pelas empresas com foco no fortalecimento da imagem da própria instituição, o que transmite uma boa reputação para os consumidores, ou seja, é uma ferramenta utilizada como um diferencial competitivo e que traz uma boa reputação para a empresa (ASHLEY; COUTINHO;TOMEI, 2000).

Quanto aos negócios sociais cabe destacar as experiências de Muhammad Yunus, que a partir de 1976 passou a modificar o sistema de concessão de empréstimos em Bangladesh, na década de 1980 ele fundou o *Grameen Bank*, o Banco da Aldeia, uma instituição de microcrédito que concedia empréstimos para pessoas, que antes dependiam de agiotas, mesmo quando estas pessoas não tinham garantias reais para dar ao banco (YUNUS, 2000). O ponto crucial neste caso é que o negócio social reverte os lucros obtidos no próprio negócio, beneficiando mais e mais pessoas. Na visão de Yunus (2014), um negócio social é composto por características essenciais: i) superação da pobreza e não maximização de lucros; ii) sustentabilidade econômica e financeira do negócio; iii) retorno do investimento é o próprio valor investido; iv) lucro serve para expansão e melhoria do negócio; v) consciência ambiental; vi) salários de mercado; e, vii) fazer com alegria. A defesa de Yunus (2014) em prol dos negócios sociais, no entanto é que o lucro proveniente da atividade não seja dividido entre os acionistas, mas sim revertido ao crescimento do próprio negócio.

No Brasil há uma corrente teórica que aborda os negócios de impacto social, representada principalmente pela Artemísia, uma organização sem fins lucrativos fundada em

2004 com sedes em São Paulo e Recife. Seu foco principal está na mobilização de pessoas para gerarem negócios sociais, as características de um negócio de impacto social conforme as indicativas da organização são aqueles: i) direcionados a população de baixa renda; ii) possuem missão explícita de causar impacto social; iii) são potencialmente escaláveis, por meio de expansão ou replicação do negócio; iv) são autossustentáveis, não dependem de doações; vi) o impacto social precisa ser a atividade principal do negócio; e, vii) o negócio pode ou não distribuir lucros aos acionistas (ARTEMÍSIA, 2015).

O Quadro 2, a partir das discussões postas, apresenta as características dos temas: i) responsabilidade social; ii) negócios sociais; e iii) negócios de impacto social, elencando as principais diferenças entre eles.

Quadro 2: Diferenciação básica: responsabilidade social x Negócio Social x Negócio de Impacto Social

<b>Característica</b>	<b>Responsabilidade Social</b>	<b>Negócio Social</b>	<b>Negócio de Impacto Social</b>
<b>Conceito Central</b>	Estratégia administrativa	Missão social explícita	Missão social inerente ao negócio
<b>Objetivo Principal</b>	Visibilidade da empresa	Transformação social	Transformação social
<b>Lucro</b>	Divisão entre sócios	Expansão do negócio	Expansão do negócio Divisão entre sócios

Fonte: Elaboração Própria.

No que diz respeito ao empreendedorismo social percebe-se que a responsabilidade social empresarial está puramente posta para atender as estratégias da empresa, tornando visível aos seus consumidores que a empresa se preocupa com questões sociais e ambientais, o foco, no entanto não é o objetivo final do negócio. Tanto os negócios sociais, quanto os negócios de impacto social tem objetivo central na transformação de uma realidade social desfavorável. No que tange a missão da empresa pode-se dizer que os negócios sociais possuem uma missão social explícita, e a divisão dos lucros é totalmente revertida à expansão do próprio empreendimento, já no caso dos negócios de impacto social é perceptível que empreendedor está envolvido com a missão social que é a prioridade do negócio, porém existe a possibilidade de dividendos entre os sócios do negócio.

## Metodologia

Para o alcance do objetivo proposto, foram realizados alguns procedimentos metodológicos, sendo: i) revisão da literatura a fim de descobrir o que o meio científico vem discutindo acerca da temática; ii) compreensão conceitual do termo empreendedorismo social, bem como a observação de empreendimentos sociais reconhecidos e aceitos pelas comunidades científica e não científica, a fim de encontrar possíveis relações entre ambas; e, iii) reflexão, a partir das lentes da ciência, da configuração dos empreendimentos sociais, com a função de propor categorias de análise.

Como método científico de pesquisa foi adotado o indutivo (COHEN; NAGEL, 1971; JOLIVET, 1979), uma vez que se propõe a análise de categorias para a configuração de empreendimentos sociais. Visto que os autores são sujeitos da pesquisa (REY, 2010), a abordagem se qualifica como qualitativa. O objetivo da pesquisa foi descritivo, propositivo e exploratório, a fim de redigir os contextos já existentes e também trazer ao conhecimento novos fatores que precisam ser explorados.

## Resultados e discussões

Quanto à conceitualização do termo empreendedorismo social, muitos autores (LEADBEATER, 1997; DEES, 1998; THOMPSON, 2002; HIBBER, HOGG e QUINN, 2002; MARTIN e OSBERG, 2007; ZAHRA, 2009; HERVIEUX, GEDAJLOVIC e TURCOTTE, 2010; CASAQUI, 2014; CORNWALL, 2015) concordam que não há uma definição clara e objetiva, afirmação que está posta desde a década de 1990 (OLIVEIRA, 2004), período em que a temática passou a ser discutida mais enfaticamente no meio científico e acadêmico.

Samer Abu-Saifan (2012), chefe do departamento de tecnologia da informação da *Street Heavenatthe Crossroads*<sup>i</sup>, empreendimento social cujo objetivo é inovar para oferecer serviços contínuos e integrados para mulheres com necessidades específicas, acredita que o empreendedorismo social, no meio científico, precisa criar definições e limitar fronteiras que o caracterizem efetivamente na literatura (ABU-SAIFAN, 2012).

Ainda, o autor propõe um conceito para o empreendedor social afirmando que este é:

[...] um indivíduo orientado para a missão social, que mantém uma conduta empreendedora [na lógica do empreendedorismo tradicional] para entregar um valor social para os menos privilegiados, tudo por meio de um empreendimento financeiramente independente e autossustentável (ABU-SAIFAN, 2012, p.25)<sup>ii</sup>.

Nesta definição Abu-Saifan (2012) combina quatro categorias que permitem distinguir um empreendedor social de um empreendedor tradicional: a) são conduzidos por uma missão social; b) agem de maneira empreendedora diante de problemas sociais; c) praticam ações inovadoras; e, d) dirigem empresas financeiramente independentes. As evidências que foram constatadas nesta pesquisa nos levam a concordar com o referido autor. Entretanto entende-se que um empreendimento social não se define apenas por estas características, por ora acredita-se que tais definições conseguem induzir a compreensão de apenas algumas configurações de empreendimentos sociais, deixando de lado outra grande gama de empresas que geram a transformação social, e nascem de fato com este objetivo, mas que não se configuram a partir das considerações postas.

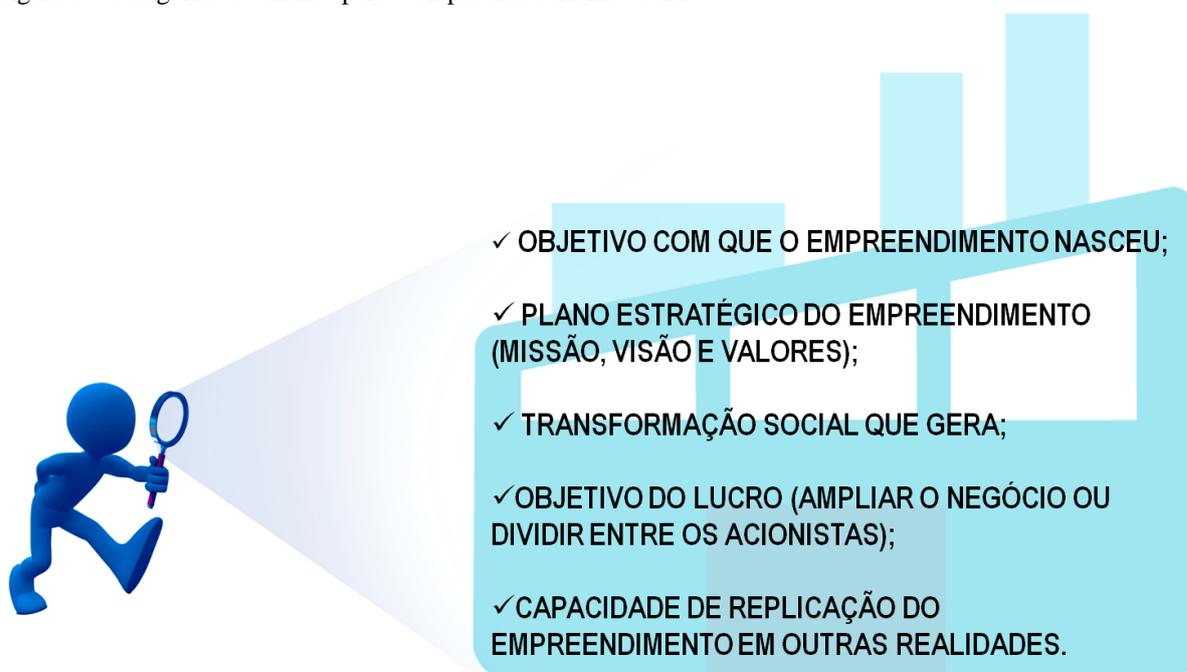
Portanto, a seção seguinte procura fazer uma reflexão acerca das categorias de análise de um empreendimento social, buscando contribuir com a literatura e, mais do que isso, com a comunidade de empreendimentos sociais, que muitas vezes não conseguem ser reconhecidos nem compreendidos como empreendimentos sociais, mas que acabam sendo confundidos com empreendimentos tradicionais, com instituições caritativas, organizações para a prática de filantropia, dentre tantas outras denominações que distinguem-se de um empreendimento social propriamente dito.

### Categorias de análise para o empreendedorismo social

Divergindo das construções postas, Oliveira (2004) entende que o empreendedorismo social tem uma necessidade mais urgente do que a de criar ou definir um conceito claro e lógico para o termo, que é a ação prática e efetiva em uma comunidade com necessidades específicas, visando a sua célere transformação social. Corroborando com a premissa do autor, este trabalho entende que o empreendedorismo social não consegue e não precisa ter um conceito claro e objetivo, entretanto precisa de categorias que configurem um empreendimento como sendo social.

Consubstanciado nas discussões acima, se propõe algumas categorias para a análise de um empreendimento, que ao apresentar todas elas passam a se configurar como um empreendimento social. A análise perpassa pelo objetivo com que o empreendimento surgiu até a obtenção de um resultado efetivo e a sua capacidade de replicação. A Figura 3 ilustra este processo de observação e reflexão do empreendedorismo social.

Figura 3 - Categorias de análise para o empreendedorismo social



Fonte: Elaboração Própria.

São apontadas cinco categorias que devem ser observadas e, mais do que isso, refletidas, de modo que o sujeito analítico consiga enquadrar o empreendimento como sendo um empreendimento social. É importante destacar que estas categorias surgiram a partir da literatura com o objetivo de facilitar a compreensão e análise dos empreendimentos sociais, bem como solidificar e difundir as características deste modelo.

Para facilitar a compreensão indica-se que a análise seja feita a partir da ordem que as categorias são apresentadas, porém não há exigência para seguir tal ordem. Portanto propõe-se uma discussão sobre estas categorias:

- ✓ **OBJETIVO COM QUE O EMPREENDIMENTO NASCEU:** todo empreendimento social tem foco na transformação social e, portanto, nasce com esse objetivo (DEES, 1998). É importante refletir o porquê da criação da empresa e se ela surgiu com a finalidade de suprir uma necessidade social posta, almejando o desenvolvimento social e também econômico de uma região ou de um grupo de pessoas.
- ✓ **PLANO ESTRATÉGICO DO EMPREENDIMENTO:** o plano estratégico de um empreendimento trata da formulação de estratégias que determinem os rumos ou as formas de atingir seus objetivos, para isso utiliza-se da: i) missão, que define a razão de ser do empreendimento; ii) visão, que delibera onde se pretende chegar enquanto instituição; e, iii) valores, aponta as atitudes necessárias para o alcance da visão (MINTZBERG, 1994). A construção de um plano estratégico é o momento em que a empresa reserva para pensar no seu objetivo e no seu futuro, por isso o acesso a esta informação facilita a compreensão da razão de ser da empresa.

- ✓ **TRANSFORMAÇÃO SOCIAL QUE GERA:** como já discutido, todo empreendimento social nasce com o objetivo de gerar transformação social, por isso se faz extremamente relevante a análise dos resultados que o empreendimento gera na sociedade, a fim de mensurar se de fato é um empreendimento social e não um negócio social ou uma estratégia de responsabilidade social.
- ✓ **OBJETIVO DO LUCRO:** um empreendimento social, diferente de um negócio social ou um negócio de impacto social, não tem objetivo no lucro monetário a fim de distribuí-lo entre os acionistas, mas seu foco enquanto resultado está na transformação social propriamente. No caso do lucro, um empreendimento social o utiliza para reinvestir no negócio a fim de expandir em infraestrutura e/ou abrir filiais em outras localidades.
- ✓ **CAPACIDADE DE REPLICAÇÃO DO EMPREENDIMENTO EM OUTRAS REALIDADES:** diferente do empreendedorismo tradicional, no empreendedorismo social outra grande característica é a possibilidade de replicação deste empreendimento, ou seja, seus processos e estratégias devem estar claramente abertos para que outros empreendedores tenham acesso a fim de conhecer e utilizar das mesmas estratégias e processos na criação de empreendimentos sociais em outras realidades.

Ao fazer uma análise clara e pontual de um empreendimento por meio das categorias propostas, é possível ter uma clareza quanto ao seu modelo. É importante salientar ainda, que no meio não científico muito se confundem os termos responsabilidade social, negócio social, negócio de impacto social e empreendedorismo social, principalmente porque sua semelhança não está somente no nome, mas também na ação efetiva na sociedade. Portanto, mais do que propor conceitos, entende-se que as categorias de análises propostas são importantes tanto para o meio científico-acadêmico quanto para o meio não científico, pois são elas que trazem uma diferenciação mais clara e lógica do empreendedorismo social dos demais negócios, evitando assim uma descaracterização do termo ou usos inadequados.

## **Conclusão**

As discussões de empreendedorismo social, tanto na literatura quanto no ambiente empírico, decorrem desde a década de 1980. Este, é um campo relativamente jovem, mas que vem trazendo impactos positivos na sociedade. Entretanto, acredita-se que a dificuldade em compreender claramente um empreendimento social, o que dificulta muito na disseminação do seu conceito.

A pesquisa evidenciou que o empreendedorismo social não consegue ter um conceito claro justamente por emergir do empreendedorismo tradicional e, também, por estar presente em empreendimentos de distintas naturezas jurídicas, como por exemplo, Organizações Não Governamentais, Fundações, Associações, Cooperativas, Organizações Privadas, Organizações Públicas de Direito Privado, dentre outras. É por este fato também que as empresas sociais precisam deixar em evidência a transparência em suas ações, uma vez que é possível identificá-la por meio do balanço patrimonial, nos investimentos e etc.

É urgente a necessidade da existência de uma política pública ou uma legislação específica que seja capaz de contemplar o empreendedorismo social como uma categoria reconhecida no país. Assim, potencializaria este fenômeno tão benéfico para a sociedade como um todo e também para a economia, visto que não deixa de ser um empreendimento que

faz a moeda circular local e/ou globalmente. Além disso, possibilita a contribuição que esses empreendimentos realizam nas vidas pessoas em vulnerabilidade social. Dessa forma, há a necessidade de um setor da sociedade que acomode o empreendimento social, a fim de facilitar todas as suas tramitações. Por isso, é fundamental o levantamento de categorias de análise ao invés de conceitos sobre o empreendedorismo social, uma vez que esta primeira permite que um cidadão comum analise e tire suas próprias conclusões quanto ao empreendimento e tome a decisão de participar de alguma forma ou não, possibilitando uma melhor identificação dos empreendimentos sociais.

## Referências

ABU-SAIFAN, Samer. Social Entrepreneurship: definitions and boundaries. **Technology Innovation Management Review**, Ottawa: Canadá, p.-27, fev. 2012.

ARTEMÍSIA (Brasil). **Negócios de Impacto Social**. Disponível em: <nosso-conceito.aspx>. Acesso em: 06 set. 2015.

ARTEMÍSIA (Brasil). **O que fazemos?** Disponível em: <<http://artemisia.org.br/conteudo/artemisia/o-que-fazemos.aspx>>. Acesso em: 06 set. 2015.

ARTEMÍSIA (Brasil). **Quem somos?** Disponível em: <<http://artemisia.org.br/conteudo/artemisia/quem-somos.aspx>>. Acesso em: 06 set. 2015.

ASHLEY, Patrícia Almeida; COUTINHO, Renata BG; TOMEI, Patrícia A. Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa. **Encontro Anual da Anpad**, v. 24, 2000.

ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS; MACKISEY E CIA IND. **Empreendedores sociais sustentáveis**. São Paulo: Peirópolis, 2001.

BACQ, Sophie; JANSSEN, Frank. The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 23, n. 5-6, p. 373-403, 2011.

BOSZCZOWSKI, Anna Karina; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. **Revista Economia & Gestão**, v. 12, n. 29, p. 109-127, 2012.

CASAQUI, Vander. Concepções e significados do empreendedorismo social no Brasil e em Portugal: crise, performance e bem comum. **Jornal Observatório**, v. 08, n.02, p. 067 – 082, 2014.

CASAQUI, Vander. **A invenção de um país de empreendedores sociais: “Imagina na Copa” e seu projeto de Brasil**. 2014.

COHEN, Morris; NAGEL, Emest. **Introducción a la lógica y al método científico**. 2. ed. Buenos Aires: Amorrortu, 1971.

COOK, Beth; DODDS, Chris; MITCHELL, William. Social entrepreneurship: false premises and dangerous forebodings. **Australian Journal Of Sociat Issues**, v. 38, n. 1, p.57-72, fev. 2003.

CORNWALL, Jeffrey R. The Entrepreneur as a Building Block for Community. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, Nashville, p.141-148, 03 jan. 2015.

DAFT, Richard L. **Management**. 4. ed. USA: The Dryden Press, 1999. 513p.

DEES, J. Gregory. **The Meaning of "Social Entrepreneurship"**. 1998.

DEES, J. Gregory; EMERSON, Jed; ECONOMY, Peter. **Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs**. John Wiley & Sons, 2002.

DRUCKER, Peter. **Innovation and entrepreneurship**. Nova York, Butterworth-Heinemann. 1985.

FREITAS, Eduardo de. Brasil Escola. **Setores da economia**. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/geografia/setores-economia.htm>>. Acesso em: 07 set. 2015.

HERVIEUX, Chantal; GEDAJLOVIC, Eric; TURCOTTE, Marie-France B. The legitimization of social entrepreneurship. **Journal of Enterprising Communities**, v. 4, n. 1, p. 37-67, 2010.

HIBBER, Sally A.; HOGG, Gillian; QUINN, Theresa. Consumer response to social entrepreneurship: the case of the Big Issue in Scotland. **International Journal Of Nonprofit And Voluntary Sector Marketing**, London, v. 7, n. 3, p.288-301, set. 2002.

JOLIVET, Régis. **Curso de filosofia**. 13. ed. Rio de Janeiro: Agir, 1979.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10ª edição, São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KUYUMJIAN, Rodrigo; SOUZA, EloisioMoulin de; SANT'ANNA, Sérgio Robert de. An analysis about the local development: the social entrepreneurship at Morro do Jaburu-Vitória (ES), Brazil. **Revista de Administração Pública**, v. 48, n. 6, p. 1503-1524, 2014.

LEADBEATER, Charles. **The rise of the social entrepreneur**. London: Demos, 1997.

MARTIN, Roger L.; OSBERG, Sally. Social entrepreneurship: The case for definition. **Stanford social innovationreview**, v. 5, n. 2, p. 28-39, 2007.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Gestão de responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Qualitymark Editora Ltda, 2004.

MORT, Gillian Sullivan; WEERAWARDENA, Jay; CARNEGIE, Kashonia. SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: towards conceptualisation. **International Journal Of Nonprofit And Voluntary Sector Marketing**, v. 8, n. 1, p.76-88, fev. 2003.

NICHOLLS, Alex. **Social Entrepreneurship: New Models of sustainable social change**. New York: Oxford University Press, 2008.

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

OLIVEIRA, Edson Marques. O empreendedorismo social indutor de auto-organização no enfrentamento das questões sociais e no desenvolvimento integrado e sustentável: notas introdutórias e aproximativas. **Informe Gepec**, v. 8, n. 1, 2004.

PARENTE, Cristina et al. **Empreendedorismo social**: contributos teóricos para sua definição. In: XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho Emprego e coesão social: da crise de regulação à hegemonia da globalização. 2011.

QUINTÃO, Carlota. Empreendedorismo social e oportunidade de construção do próprio emprego. **Seminário Trabalho Social e Mercado de Emprego**. Porto, 2004.

MINTZBERG, Henry. **The rise and fall of strategic planning**. Nova York: Prentice Hall Europe, 1994.

REY, Fernando González. **Pesquisa Qualitativa e Subjetividade: os processos de criação da informação**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. 3ed. São Paulo: Nova Cultural, 1943.

SCHWAB FOUNDATION FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP (Cologne-geneva). Swiss Federal Government). **What is a social entrepreneur?** Disponível em: <<http://www.schwabfound.org/content/what-social-entrepreneur>>. Acesso em: 05 set. 2015.

SPITZECK, Heiko; BOECHAT, Claudio; LEÃO, Sérgio França. Sustainability as a driver for innovation: towards a model of corporate social entrepreneurship at Odebrecht in Brazil. **Corporate Governance**, Local, v. 14, n. 5, p.613-625, jan. 2013.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. (Re) Visitando o Conceito de Gestão Social. **Desenvolvimento em questão**, v. 3, n. 5, p. 101-124, 2005.

THE WHARTON SCHOOL (The University Of Pennsylvania). **Empreendedores sociais assumem o papel de agentes de mudança na sociedade**. 2005.

THOMPSON, John L. The world of the social entrepreneur. **International Journal of Public Sector Management**, Huddersfield, v. 5, n. 15, p.412-431, 2002.

VALE, Gláucia Vasconcelos; WILKINSON, John; AMÂNCIO, Robson. Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. **RAE- Eletrônica**, São Paulo, v. 7, n. 1, p.1-17, 7 jan. 2008.

WADDOCK, Sandra A.; POST, James E. Social Entrepreneurs and Catalytic Change. **Public Administration Review**, Boston, v. 51, n. 5, p.393-501, 03 jun. 2013.

WALLACE, S. L. **Social Entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development**, Journal of Developmental Entrepreneurship, 4, 2, pp.153-174, 1999.

YUNUS, Muhammad. **Criando um negócio social**: Como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

YUNUS, Muhammad; JOLIS, Alan. **O banqueiro dos pobres**. Ática, 2000.

ZAHRA, Shaker A. et al. A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. **Journal of Business Venturing**, v. 24, n. 5, p. 519-532, Set. 2009.

---

<sup>i</sup> Maiores informações sobre este empreendimento social podem ser encontradas no endereço eletrônico <http://www.streethaven.com/>. Acesso em: 05 jun. 2017.

<sup>ii</sup> Traduzido pelos autores.