

Empreendedorismo Social e o seu significado: Abordagem a partir de uma revisão integrativa

ELISA PEREIRA MURAD
UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

Empreendedorismo Social e o Seu Significado: Abordagem a Partir de Uma Revisão Integrativa

Resumo: Este trabalho aborda a temática de empreendedorismo social, tendo como objetivo analisar como o conceito é abordado na literatura internacional e assim apresentar uma síntese a respeito do seu significado, que é tratado como amplo e diverso. O presente artigo compreende uma revisão integrativa sobre a temática, de forma que foram analisados 15 artigos de periódicos com fator de impacto. A busca foi realizada a partir da base de pesquisa *Scopus*, e através dela foram selecionados os artigos mais citados e que tratavam da discussão do conceito de empreendedorismo social. A análise partiu-se de uma categorização, abordando os seguintes elementos de cada trabalho: conceito de empreendedorismo social, questão de impacto social, percepção a respeito de lucro *versus* geração de valor social, e principais contribuições. Através da análise foi possível discutir as diferentes visões de cada autor e assim chegar a uma síntese a respeito do significado de empreendedorismo social, bem como também foi possível identificar as lacunas de pesquisa a serem exploradas futuramente. Conclui-se que por mais que seja dificilmente possível haver uma definição universalmente aceita do termo, é necessário discutir o conceito diante do fato de que o mesmo é tratado de diferentes formas, para que se busque assim uma estrutura conceitual que permita entender os fenômenos ligados ao empreendedorismo social e o impacto que o mesmo gera na sociedade.

Palavras-Chave: Empreendedorismo Social; Impacto Social; Soluções Inovadoras; Missão Social; Revisão Integrativa.

1. Introdução

Em meio às dinâmicas de mercado emergem-se práticas inovadoras e novos modelos de negócios, que fogem do paradigma tradicional que somente visa o lucro. São práticas desenvolvidas por empreendedores que tem como foco principal questões sociais e a busca de soluções para os problemas que existem e afetam o desenvolvimento da sociedade. Essas são algumas das características referentes a empreendedores sociais os quais, devido suas atividades, são capazes de proporcionar impacto positivo na sociedade, aproveitando oportunidades, detectando falhas de mercado, e assim criando soluções inovadoras para as demandas sociais à procura de diminuir as vulnerabilidades e desigualdades sociais (DEES, 1998).

Estes empreendedores procuram realizar mudanças de longo prazo, a procura de resultados efetivos e sustentáveis, e quanto a essas mudanças, Alvord, Brown e Letts (2004), afirmam que é necessário entender que não se deve querer sanar apenas problemas imediatos, mas sim modificar o sistema com medidas que realizam importantes transformações, trazendo melhorias à determinada comunidade.

O empreendedorismo social (ES) vem para ajudar os que estão à margem da sociedade a participar da economia (DEES, 2011), para que deixe de ser algo exclusivo aos que estão em uma situação privilegiada na sociedade. Tendo em vista isso, também é importante ressaltar que ES é diferente de trabalho filantrópico e benevolente, pois está ligado a práticas empresariais, que objetiva o desenvolvimento de iniciativas sociais (BIGNETTI, 2011).

ES tornou-se uma temática muito relevante nos últimos anos, e tem ganhado espaço no estudo sobre empreendedorismo (SASSMANNSHAUSEN; VOLKMANNM, 2013). Este é um conceito novo, porém sua essência já existe há anos (DEES, 1998). De acordo com o *Sustainability Report* (2008), este tipo de empreendimento é importante pelo papel que tem

em realizar mudanças, ao encontrar soluções para os problemas globais, desde as questões ambientais às sociais.

Observa-se no meio acadêmico que não há um consenso sobre uma definição de empreendedorismo social, e que a pesquisa nesse campo ocorre de forma pouco engajada (NICHOLLS, 2010). Tendo em vista essa questão, o presente trabalho busca responder a seguinte pergunta: Como o conceito de empreendedorismo social é abordado na literatura internacional?

Para responder ao problema de pesquisa, este trabalho compreende uma revisão integrativa sobre a temática de Empreendedorismo Social, a partir de periódicos que possuem fator de impacto, com o objetivo de analisar como o conceito é abordado na literatura internacional e assim apresentar uma síntese a respeito do seu significado, que é tratado como amplo e diverso. Esta pesquisa torna-se necessária devido ao fato de que essa abordagem é recente e que o campo de estudo encontra-se em construção, encontrando diferentes abordagens e a necessidade de se buscar um entendimento entre diferentes obras sobre a temática. Busca-se também, através do presente trabalho, identificar lacunas de pesquisa a serem exploradas.

Este trabalho apresenta em um primeiro momento a introdução, a qual contempla o problema e objetivos de pesquisa. Em um segundo momento apresenta-se brevemente o conceito de empreendedorismo social, e em sequência tem-se a metodologia adotada neste trabalho. Então, é apresentada a análise e discussão dos resultados. Por fim, são tecidas as considerações finais da pesquisa e apresentado o referencial adotado.

2. Empreendedorismo Social

Empreendedorismo Social (ES), como apresentado por Sassmannshausen e Volkmanm (2013), tornou-se uma temática muito relevante nos últimos anos, e tem ganhado espaço no estudo sobre empreendedorismo. Este é um conceito novo, porém sua essência já existe há anos (DEES, 1998). De acordo com o *Sustainability Report* (2008), este tipo de empreendimento é importante pelo papel que tem em realizar mudanças, ao encontrar soluções para os problemas globais, desde as questões ambientais às sociais.

Empreendedores sociais, como define Dees (1998), possuem uma missão social, empenhados em realizar mudanças, criando valor social ao aproveitar novas oportunidades, e assim desenvolvendo novos modelos de negócios. De acordo com Barki *et al.* (2015), o objetivo destes empreendimentos é diminuir as vulnerabilidades e desigualdades sociais. Para Elkington e Hartigan (2008), o ES é necessário para melhorar as condições de vida da população marginalizada. De acordo com esses autores, os empreendedores sociais compartilham determinadas características, como colocar em prática soluções inovadoras para problemas sociais, crer na capacidade de todos para contribuir para o desenvolvimento necessário e ser determinado para assumir riscos.

Estes empreendedores procuram soluções para as deficiências locais que os governantes, grandes organizações e negócios voltados ao lucro não exploraram com objetivo de dissolvê-las (DEES, 2011). Seelos e Mair (2004) apresentam que empreendedores sociais se envolvem em iniciativas, inclinados para fazer o bem e obter um negócio que lhe traga um rendimento ao mesmo tempo.

É importante destacar as diferenças entre o empreendedorismo comercial e o empreendedorismo social, começando pelo fato de que o primeiro possui como prioridade gerar valor econômico, ou seja, lucrar, enquanto o segundo tem como foco principal gerar impacto social, procurando soluções para os problemas que afetam a sociedade (BARKI *et al.*, 2015; YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

O ES vem para ajudar os que estão à margem da sociedade a participar da economia (DEES, 2011), para que deixe de ser algo exclusivo aos que estão em uma situação privilegiada na sociedade. Tendo em vista isso, também é importante ressaltar que ES é diferente de trabalho filantrópico (BESSANT; TIDD, 2009), e benevolente, pois está ligado a práticas empresariais, que objetiva o desenvolvimento de iniciativas sociais (BIGNETTI, 2011).

Dees (2011) apresenta que os empreendedores sociais almejam causar impacto procurando desenvolver um modelo de negócio que atraia investimentos, sendo que não dispõem de muitos recursos, então acabam criando soluções com pouco, fazendo surgir assim ideias inovadoras que atinjam os objetivos e mantenham a sustentabilidade do empreendimento. Para Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010), ao construir esse modelo os objetivos precisam ser claramente definidos, bem entendidos, para que não haja conflitos entre quem participa dessa empreitada. Alvord, Brown e Letts (2004), afirmam que é necessário entender que não se deve querer sanar apenas problemas imediatos, mas sim modificar o sistema com medidas que realizam importantes transformações, trazendo melhorias à determinada comunidade. Essas transformações incluem a mobilização de recursos e os impactos, que trazem mudanças ao contexto social onde se encontra o problema.

3. Método

Este trabalho contempla uma revisão integrativa da literatura internacional sobre o tema de Empreendedorismo Social. De acordo com Hoon (2014) este tipo de pesquisa é voltado para extrair, analisar e sintetizar os conhecimentos de modo que possibilite a construção de uma teoria refinada ou até mesmo nova, propondo assim contribuições além das que foram realizadas pelos estudos originais. Botelho, Cunha e Macedo (2011) apresentam que o processo de revisão de literatura possibilita a compreensão sobre o conhecimento gerado e que oferece a base para a construção do conhecimento científico, dando possibilidade ao surgimento de novas teorias. Para esses autores a revisão integrativa é um método que permite o desenvolvimento de uma revisão de literatura e possibilita a síntese e análise do conhecimento científico produzido a respeito de um tema investigado. Favorece assim, a aproximação do pesquisador a uma problemática e a visualização de possíveis oportunidades de pesquisa.

Hoon (2014) apresenta que a primeira fase da pesquisa integrativa deve ser a de identificar o problema de pesquisa, e após isso ir às bases de dados e identificar estudos pertinentes ao caso da pesquisa que está sendo realizada. O próximo passo é o de estabelecer critérios de seleção e exclusão, dos textos. A partir desse momento, devem-se coletar dados e realizar as análises necessárias, com posterior discussão dos resultados.

Para Botelho, Cunha e Macedo (2011), a realização de uma pesquisa integrativa envolve os seguintes passos: i) etapa da identificação do tema e seleção da questão de pesquisa; ii) etapa de estabelecimento de critérios de inclusão e exclusão; iii) etapa de identificação dos estudos pré-selecionados e selecionados; iv) etapa de categorização dos estudos selecionados; v) etapa de análise e interpretação dos resultados; vi) etapa de apresentação da revisão/síntese do conhecimento. O quadro 1, a seguir, apresenta detalhadamente cada etapa a ser seguida conforme a abordagem dos autores.

Etapas	Descrição
Etapa 1	Definição do problema e da estratégia de busca
Etapa 2	Pesquisa nas bases de dados e busca dos estudos com base nos critérios de inclusão e exclusão

Etapa 3	Leitura do resumo, palavras-chave e título dos trabalhos; organização dos estudos pré-selecionados; identificação dos estudos selecionados
Etapa 4	Categorização e análise das informações; análise crítica dos estudos selecionados
Etapa 5	Discussão dos resultados
Etapa 6	Criação do documento e proposta para estudos futuros

Quadro 1- Processo de revisão integrativa

Fonte: Adaptado da obra de Botelho, Cunha e Macedo (2011)

Portanto, como etapa inicial desta pesquisa, realizou-se uma busca de artigos na base *Scopus*. O primeiro passo foi o de realizar uma pesquisa básica na base *Scopus* a partir do termo de “*Social Entrepreneurship*”, contemplando assim apenas textos internacionais. O período de tempo envolveu os anos de 2000 a 2018, abarcando, deste modo, uma variedade de trabalhos distribuídos no intervalo de 18 anos. Outro critério seguido foi de selecionar apenas estudos no formato “artigo”. Como resultado da busca, encontrou-se um total de 656 artigos. A partir disso, os textos foram classificados conforme o número de citações, a começar pelos artigos mais citados até os artigos que receberam no mínimo 1 citação, e a análise foi sendo realizada envolvendo título, palavras-chave e resumo, de modo a identificar o termo “*social entrepreneurship*”. Ao final deste momento foram encontrados 312 artigos.

Deste montante, foram selecionados 15 artigos para ser realizada a revisão integrativa, prosseguindo com os critérios de seleção, os quais são: artigos que receberam mais citações; artigos provenientes de periódicos reconhecidos internacionalmente e que possuem fator de impacto; artigos qualitativos. Quanto aos critérios de exclusão, seguiram-se: estudos sobre empreendedorismo tradicional/comercial; estudos quantitativos; artigos de periódicos com fator de impacto abaixo de 1.

Com a seleção concluída, prosseguiu-se com a pesquisa, realizando uma análise dos artigos, buscando a categorização utilizando como instrumento uma matriz de síntese, contemplando os seguintes aspectos: i) conceito de empreendedorismo social, ii) questão de impacto, iii) percepção a respeito de lucro *versus* geração de valor social, e iv) principais contribuições, de forma que fosse possível estudar a abordagem de cada autor em relação aos estudos de empreendedorismo social e os principais elementos para o estudo desta temática, de forma a possibilitar a discussão e assim atingir o objetivo da pesquisa. Como última etapa, realizou-se análise crítica dos resultados, buscando identificar as lacunas de conhecimento existentes e assim sugerir pautas para futuras pesquisas.

4. Resultados e Discussão

Neste trabalho foram analisados 15 artigos com propósito de abordar as visões dos autores a respeito do conceito de empreendedorismo social (ES) e as principais contribuições de seus trabalhos para o campo de pesquisa. A análise dos artigos contemplou a seguinte categorização: i) conceito de empreendedorismo social, ii) questão de impacto, iii) percepção a respeito de lucro *versus* geração de valor social, e iv) principais contribuições, de forma que fosse possível estudar a abordagem de cada autor em relação aos estudos de empreendedorismo social e os principais elementos para o estudo desta temática. Esses elementos deram base para gerar um entendimento entre as diferentes perspectivas dos autores, e assim apresentar uma síntese a respeito do significado de empreendedorismo social. Abaixo, no Quadro 2, apresenta-se o nome dos autores, o título da obra, o ano, o periódico em que foi publicado, e o conceito de empreendedorismo social.

Autores	Título	Ano	Periódico	Conceito de ES
Austin, Stevenson e Weiskillern	Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different and Both?	2006	Entrepreneurship: Theory and Practice	ES se concentra em servir a base de um modo inovador, mobilizando recursos para tal e tendo em mente a missão e os objetivos a serem conquistados. Através desse processo é gerado valor social.
Mair e Marti	Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight	2006	Journal of World Business	O ES oferece meios para questionar e repensar conceitos de diferentes áreas de pesquisa organizacional, sendo um processo que gera mudança social e responde as necessidades sociais, sem ter o foco voltado unicamente aos benefícios financeiros para os empreendedores.
Seelos e Mair	Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor	2005	Business Horizons	O termo ES refere-se a organizações que criam modelos para atender de forma eficiente necessidades básicas da população, as quais não são atendidas pelo mercado ou instituições. Assim, combina fatores do empreendedorismo tradicional com uma missão para gerar mudanças sociais.
Dacin, Dacin e Tracey	Social entrepreneurship: A critique and future directions	2011	Organization Science	O ES possui foco na missão social, de criar valor social através de soluções de problemas sociais. Envolve um grupo heterogêneo de pessoas e organizações voltadas a gerar soluções para várias questões sociais, como pobreza, desigualdade e problemas ambientais.
Nicholls	The legitimacy of social entrepreneurship: Reflexive isomorphism in a pre-paradigmatic field	2010	Entrepreneurship: Theory and Practice	ES compartilha a legitimidade cognitiva do terceiro setor mas com foco na inovação de bens e serviços, em atividades que são opostas aos modelos que priorizam estratégias comerciais.
Chell	Social enterprise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process	2007	International Small Business Journal	ES cria e busca oportunidades tendo em vista a geração de valor social e de ganhos financeiros, que podem ser reinvestidos na organização para garantir sua sustentabilidade e atuação.
Defourny e Nyssens	Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences	2010	Journal of Social Entrepreneurship	O cerne do empreendedorismo social é a sua missão, que é a criação de valor social, em que sua principal motivação é gerar impacto social na sociedade. A natureza da atividade econômica está intimamente ligada a missão.
Santos	A positive theory of social entrepreneurship	2012	Journal of Business Ethics	ES envolve um processo de inovação, de desenvolvimento e validação de soluções sustentáveis para problemas sociais. Envolve também a exploração de oportunidades de criação de valor social, as quais foram negligenciadas por outros atores.
Miller, Grimes, McMullen e Vogus	Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship	2012	Academy of Management Review	Processo de criação de uma forma organizacional híbrida que cria valor social através de modelos baseados no mercado.
Nicholls	"We do good things, don't we?": "Blended Value Accounting" in a pré-paradigmatic	2009	Accounting, Organizations and Society	Conceito definido como qualquer ação inovadora efetiva que indivíduos, organizações ou redes melhoram ou reconfiguram as disposições institucionais para lidar com a

	field			distribuição igualitária de bens sociais e ambientais.
Bacq e Janssen	The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria	2011	Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal	O ES é entendido como um construto multidimensional e dinâmico, que pode ser visto como uma fonte de soluções para problemas presentes nas sociedades modernas.
Corner e Ho	How opportunities develop in social entrepreneurship	2010	Entrepreneurship: Theory and Practice	Empreendedores sociais buscam moldar e criar soluções para necessidades sociais baseadas em recursos disponíveis, tendo como objetivo a criação de valor social.
Certo e Miller	Social entrepreneurship: Key issues and concept	2008	Business Horizons	O ES envolve empresários, organizações novas e existentes (com ou sem fins lucrativos) ou governos, onde os empreendedores sociais visam atender necessidades sociais através de uma organização criativa.
Choi e Majumdar	Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research	2013	Journal of Business Venturing	ES é visto na perspectiva de um conceito contestado, de modo que uma definição universal aceita entre todas as partes é dificilmente possível. O conceito pode ser analisado a partir de um conceito de cluster, o qual implica que o ES é uma representação da combinação de certos sub-conceitos, ou seja, refere-se a criação de valor social, o papel do empreendedor social, uma orientação voltada para o mercado, e baseado em inovação social.
Neck, Brush e Allen	The landscape of social entrepreneurship	2009	Business Horizons	ES trata de empreendimentos com propósito social, e independentemente da orientação para o lucro, o empreendedor identifica oportunidades para resolver problemas sociais.

Quadro 2: Concepções a respeito do conceito de empreendedorismo social

Fonte: a autora

Notou-se a partir desta pesquisa que o campo de estudos de empreendedorismo social (ES) caracteriza-se como emergente, ou seja, está se tornando cada vez mais discutido na literatura. Bacq e Janssen (2011) apresentam que as iniciativas de ES estão crescendo em número e em importância. Para Choi e Majumdar (2014), na última década houve um aumento de centros voltados a essa temática dentro de universidades em todo o mundo bem como também a criação de revistas científicas tratando dessa temática. Além disso, também aumentou de forma significativa o número de conferências dedicadas ao tema.

Diante disso, é importante destacar que ainda não se tem um conceito definitivo sobre seu significado, sendo tratado de formas diferentes por diversos autores. Com esta pesquisa, buscou-se analisar as visões existentes a respeito do conceito, e entender os tópicos que cada autor explora e enfatiza em seu trabalho, de modo que fosse possível se chegar a um consenso a respeito do entendimento sobre ES.

Através dos resultados desta pesquisa é possível compreender o empreendedorismo social (ES) como um termo que se refere a organizações que buscam soluções para problemas sociais, atendendo necessidades que não são tratadas pelo mercado ou pelo governo. Assim, os empreendimentos, que podem ter fins lucrativos ou não, mobilizam recursos tendo em mente a missão e o propósito de gerar mudanças sociais. Independente da orientação para o lucro, o empreendedor, através de estratégias para garantir a sustentabilidade da organização, atua identificando oportunidades para resolver problemas e gerar valor social.

Diante dessa discussão, torna-se importante destacar a perspectiva de Choi e Majumdar (2014) de que ES é um conceito contestado, de forma que existem muitas definições, mas não existe um quadro conceitual unificado. No Quadro 3, abaixo, seguem as principais contribuições de cada autor para a discussão da temática de empreendedorismo social.

Autores	Principais Contribuições
Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006)	É oferecido um comparativo que identifica características comuns e diferenciadoras entre empreendedorismo comercial e social, destacando o conceito de empreendedorismo social e oportunidades a serem exploradas na área por pesquisadores, trazendo também implicações práticas sobre como abordar o empreendedorismo social de forma mais sistemática e eficaz.
Mair e Marti (2006)	São elaborados tópicos e questões a fim de avançar a compreensão sobre empreendedorismo social: empreendedorismo social como campo de pesquisa, avaliação do desempenho e de impacto social, e papel da imersão (interação entre o empreendedor social e o contexto).
Seelos e Mair (2005)	Discute empreendedorismo social na perspectiva que o mesmo estimula ideias para estratégias de negócios e formas organizacionais mais socialmente aceitáveis e sustentáveis. Por contribuir diretamente com as metas de desenvolvimento sustentável, o empreendedorismo social também pode incentivar as empresas estabelecidas a assumir maior responsabilidade social.
Dacin, Dacin e Tracey (2011)	Apresentam cinco caminhos possíveis para a construção de teorias em diferentes níveis de análise: instituições e movimentos sociais, redes, cultura, identidade e imagem, e conhecimento. Mas destacam que essa colocação não se destina a ser uma lista exaustiva. Buscam dessa forma, contrabalancear análises puramente voltadas no indivíduo, que idealizam os empreendedores, e assim, trazer o foco para outras perspectivas que tem consideração pelo contexto e pelas dinâmicas sociais.
Nicholls (2010)	Oferece três compreensões em relação ao empreendedorismo social: i) o status pré-paradigmático de um campo permite que atores que possuem recursos alavanquem poder sobre os processos de legitimação, ii) tais atores executem processos alinhados com os principais discursos e normas do campo com as principais lógicas internas de ação de acordo com um processo de auto-legitimação, e iii) há implicações significativas desse processo para outros atores de campo, para os quais falta poder. Assim, o autor apresenta que o empreendedorismo social representa um espaço institucional fluido para os atores dominantes moldem e explorem.
Chell (2007)	Apresentam uma abordagem interpretativa que permite capturar informações adicionais e apresentar o processo empreendedor como tendo valor econômico e social, ou seja, a busca de oportunidades com vistas a criar valor econômico e social.
Defourny e Nyssens (2010)	Na visão dos autores, concepções de empreendedorismo social estão profundamente enraizadas nos contextos sociais, econômico, político e cultural em que as organizações emergem. Com isso, para a compreensão do fenômeno, o pesquisador tem que levar em conta especificidades locais que moldam essas iniciativas de várias maneiras. Enfatiza-se que apoiar o desenvolvimento de um empreendimento, nessa perspectiva, não pode ser feito apenas através da exportação de abordagens dos Estados Unidos e da Europa.
Santos (2012)	O autor propõe uma teoria voltada para o avanço acadêmico na pesquisa em empreendedorismo social, fornecendo assim, uma estrutura conceitual que permite entender fenômenos crescentes de empreendedorismo social e do seu papel no funcionamento da sociedade moderna.
Miller, Grimes, McMullen e Vogus (2012)	É oferecida uma abordagem que explora os aspectos afetivos e mecanismos cognitivos subjacentes a esta relação e os fatores que influenciam o aumento da legitimidade do empreendedorismo social. Contribui-se com o estudo das emoções na ação empreendedora, pois nota-se que questões motivacionais são negligenciadas na literatura acadêmica sobre empreendedorismo social. Afirma-se que a compaixão provoca motivação pró-social, que promove a ação empreendedora.
Nicholls (2009)	A pesquisa forneceu uma base teórica e análises sobre relatórios de impacto social, apresentando que empreendedores sociais usam relatórios de impacto social como estratégia para melhorar o desempenho, atrair recursos e construir legitimidade organizacional.

Bacq e Janssen (2011)	Analisa-se se as concepções de empreendedorismo social diferem entre a Europa e os Estados Unidos. Mostra-se que não há uma divisão clara, e que mesmo dentro dos Estados Unidos existem concepções diferentes. Propõe-se definições sobre os principais conceitos associados a temática de empreendedorismo social.
Corner e Ho (2010)	Exploram-se como as oportunidades de empreendedorismo social são reconhecidas e exploradas. Destaca-se que esse processo é complexo, em que as oportunidades são desenvolvidas por vários atores trabalhando juntos para criar valor social, de forma que o conhecimento necessário para desenvolver oportunidades de empreendedorismo não é possuído apenas por uma pessoa, mas perpassa por muitos indivíduos.
Certo e Miller (2008)	Revisa-se o conceito de empreendedorismo social e como se desenvolveu ao longo do tempo. Assim, o trabalho ilustra como o empreendedorismo social difere da conceituação do tradicional, e oferece ideias para investigações futuras, como: estabelecimento de definições concretas a respeito do conceito e examinar características dos empreendedores sócias.
Choi e Majumdar (2013)	Apresenta-se a natureza contestada do conceito de empreendedorismo social, de forma que uma definição universalmente aceita de empreendedorismo social é dificilmente possível. Apresenta-se também o empreendedorismo social na perspectiva de um conglomerado de sub-conceitos, como: i) criação de valor social, ii) o empreendedor social, iii) organização do empreendimento social, iv) orientação para o mercado e v) inovação social. Os sub-conceitos são considerados como características básicas do empreendedorismo social, e indica-se que qualquer análise sobre o tema deve conter pelo menos alguns desses elementos.
Neck, Brush e Allen (2009)	Busca-se esclarecer o panorama do empreendedorismo social introduzindo uma tipologia de empreendedorismo tradicional, e que as diferenças se encontram pela missão social e o impacto no mercado, pela fonte de oportunidades e pelas métricas de desempenho.

Quadro 3: Principais contribuições dos trabalhos sobre empreendedorismo social

Fonte: a autora

Na prática, o ES está gerando novas implicações no sistema econômico, tendo em vista a criação de novas indústrias, a validação de novos modelos de negócio e o destino de recursos para solucionar problemas sociais (SANTOS, 2012). O surgimento de oportunidades nesse setor é resultante das redes de atores interconectados que combinam seus recursos e habilidades para alcançar uma ação social efetiva (CORNER; HO, 2010). Para Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006) o termo, embora muito associado a iniciativas realizadas por organizações sem fins lucrativos, também permite um entendimento que envolve empresas e organizações públicas.

Este fenômeno oferece um caminho para um futuro que permite que as próximas gerações consigam satisfazer suas necessidades básicas melhor do que ocorre e se é capaz no presente momento (SEELOS; MAIR, 2005). Mair e Marti (2006) apontam para a questão de que a definição de ES está atrelada a noção de um processo, o empreendedor social é tratado como fundador de uma organização, e a empresa social se refere a um resultado tangível do empreendimento.

O termo pode ser compreendido como algo para enriquecer os campos mais estabelecidos de discussão como, por exemplo, a teoria da estruturação, as instituições empreendedoras ou movimentos sociais (MAIR; MARTI, 2006), ou ser analisado através da ótica de empreendedorismo cultural ou da discussão de redes (DACIN; DACIN; TRACEY, 2011).

Nesse contexto são notáveis as diferenças entre o empreendedorismo comercial e o empreendedorismo social, começando pelo fato de que o primeiro possui como prioridade gerar valor econômico, ou seja, lucrar, enquanto o segundo tem como foco principal gerar impacto social, procurando soluções para os problemas que afetam a sociedade (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006; CERTO; MILLER, 2008).

Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006) apresentam quatro variáveis que mostram as diferenças entre os tipos de empreendimentos, comercial e social: falha de mercado, missão, mobilização de recursos e medidas de desempenho. A partir de uma falha de mercado, surgem as oportunidades, as quais não foram sanadas pelos empreendimentos comerciais, e deste modo, são exploradas pelos empreendedores sociais, os quais possuem missão e motivações diferentes. A mobilização de recursos também se difere, a partir do ponto que em empreendimentos de cunho social não trabalham visando lucrar, e a capacidade de atrair talentos e investimentos está ligada à necessidade social, ao problema em questão. Por último, tem-se a medida de desempenho, que ao procurar mensurar resultados de um impacto social encara-se uma maior dificuldade do que é encontrado em uma empresa voltada ao lucro.

Bacq e Janssen (2013) identificaram três principais escolas de pensamento sobre a temática, duas delas originadas dos EUA, onde uma, denominada *The Social Innovation School* enfatiza as características do indivíduo empreendedor social, e a segunda, *The Social Enterprise School*, afirma que o empreendimento sobrevive realizando atividades que geram lucros para dar sustento à geração de valor. Já a terceira está relacionada com a abordagem europeia, mais ligada às empresas sociais, e nessa perspectiva o foco está voltado em modelos coletivos, ao invés do indivíduo. Na constatação do estudo realizado por Bacq e Janssen (2013), a missão social como objetivo principal do empreendimento permeia tanto as abordagens norte-americanas quanto a europeia, e as diferenças existentes entre os modelos está ligada a fatores contextuais, pois dentro mesmo dos EUA existem diferentes noções.

Mas é importante destacar que as concepções de ES estão enraizadas nos contextos sociais, econômicos, políticos e culturais onde as organizações emergem, portanto, para a compreensão do fenômeno, devem-se levar em conta as especificidades dos locais que moldam essas iniciativas de diferentes formas. Por isso, apoiar o desenvolvimento de um empreendimento não pode ser apenas na perspectiva de exportação de abordagens dos Estados Unidos e da Europa, devendo deslocar essas discussões que geralmente são direcionadas nessas duas localidades (DEFOURNY; NYSSSENS, 2010).

Dentro dessa temática, outra questão a ser discutida é a de gerar ganhos financeiros e valor social simultaneamente. O foco principal do empreendimento se encontra na geração de valor social enquanto o valor econômico é visto como condição necessária para garantir a viabilidade financeira (MAIR; MARTI, 2006), de forma que a criação de valor econômico é vista como subproduto que permite que a organização tenha sustentabilidade e auto-suficiência, não sendo dependente de doações de recursos (SEELOS; MAIR, 2005). Desta forma, busca-se equilibrar dois conjuntos de prioridades, não precisando diminuir ou negar o foco de uma ou outra, e o valor econômico deve ser entendido como crucial para a iniciativa conseguir gerar valor social (DACIN; DACIN; TRACEY, 2011). Discute-se que o excedente da atividade pode ser ou não reinvestida na empresa, em vistas de assegurar a sustentabilidade da mesma (CHELL, 2007).

Santos (2012) defende que é necessário abandonar essa dicotomia entre resultados econômicos e sociais, de forma que para o desenvolvimento da teoria é mais importante o foco em um conceito genérico de valor, definido em termos de aumento da utilidade pelos membros da sociedade. Já na visão de Miller, Grimes, McMullen e Vogus (2012), é um desafio aliar dois objetivos organizacionais vistos como contraditórios. As tensões existentes entre a missão social e as exigências do mercado são reconhecidas pelos estudiosos, e nota-se que existem poucas pesquisas sendo conduzidas sobre o modo como esse duplo resultado pode ser gerenciado (BACQ; JANSSEN, 2011), mas destaca-se que o empreendedorismo social não pode ser entendido de forma puramente voltada ao sentido econômico, e deve ser examinado à luz do contexto social e do ambiente local (MAIR; MARTI, 2006).

Estudos voltados à avaliação e mensuração de impacto social também são necessários nesse contexto. Acima, foi apresentada a visão de Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006) de

que ao buscar mensurar resultados de impacto social encara-se maior dificuldade do que em relação à medida de desempenho de uma empresa voltada ao lucro. Mair e Marti (2006) discutem que avaliar o impacto social é um dos maiores desafios para profissionais e pesquisadores do campo, onde o problema pode não ser a medição em si, mas como as medidas podem ser usadas para “quantificar” o impacto. Assim, nota-se que muitos enxergam como muito difícil, e até mesmo impossível, transformar em dados os impactos socioeconômicos, ambientais, efeitos mentais e sociais obtidos.

Nicholls (2009) argumenta que há uma falta de pesquisas sobre relatórios de impacto social na área. As métricas são tratadas como que voltadas para o olhar sobre as mudanças a nível individual ou comunitário, como foco organizacional e endereçado à questão de o que a organização faz. Diante disso, o empreendedor deve definir de forma apropriada o seu foco de medição. Assim, os empreendedores usam relatórios de impacto social na perspectiva de estratégia para melhorar o desempenho de sua organização, adquirir recursos e construir legitimidade organizacional. Deve-se buscar, portanto, não apenas melhorar o desempenho interno, mas também manter a responsabilização pelo externo, diante às organizações sociais, comerciais e o setor público.

Certo e Miller (2008) apresentam, na perspectiva de avaliação e mensuração de impacto social, que embora seja difícil avaliar o desempenho de um empreendimento social existem mecanismos que ajudam a aliviar essa questão e, como apresentado por Mair e Marti (2006), é importante para estabelecer legitimidade do conceito como área de investigação acadêmica. Para Neck, Brush e Allen (2009) os empreendimentos sociais, sendo com fins lucrativos ou não, devem identificar métricas de impacto social, baseadas em sua missão e no impacto realizado. Para os autores, essa questão é um ponto que diferencia o empreendedorismo social do empreendedorismo comercial, o que também é apresentado por Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006).

Outra questão que é vista como importante a ser tratada é sobre a noção focada no indivíduo, em que o empreendedor é tratado como único desenvolvedor de oportunidades. A crítica proposta é de que o conhecimento necessário para desenvolver oportunidades não é possuído por uma única pessoa, e que as atividades são desenvolvidas por múltiplos atores trabalhando juntos, de forma coletiva, para criar valor social (CORNER; HO, 2010). Assim, é possível questionar os discursos que enxergam o empreendedor como um super-herói, que detém todas as capacidades necessárias para gerar novos empreendimentos.

Miller, Grimes, McMullen e Vogus (2012) apresentam outro tópico que precisa ser explorado neste campo de estudos, que é a de análise dos antecedentes motivacionais por trás dos empreendimentos. Ela é importante, pois, como argumentado pelos autores, a compaixão provoca um conjunto de processos cognitivos e afetivos, que leva o indivíduo a escolha de fundar uma organização social. Desta forma, ela promove uma motivação pró-social, que resulta em processos flexíveis de pensamento e uma maior ação. A compaixão também provoca, através desse conjunto de processos, o ES a lidar com a legitimidade percebida da ação empreendedora social.

Vê-se assim, que o conceito é visto como mal definido, porém isso pode ser visto como uma oportunidade para os pesquisadores de diferentes campos, de forma a desafiar e repensar conceitos e suposições centrais (MAIR; MARTI, 2006). Assim, Mair e Marti (2005) defendem que se o campo de estudo se estruturar, será necessário o esforço para definir os principais conceitos da temática.

5. Considerações Finais

A presente pesquisa propôs apresentar o tema de empreendedorismo social, com base em discussões de diferentes autores em relação a este assunto, em vista a alcançar uma definição.

Assim, este trabalho defende o empreendedorismo social como um termo que se refere a organizações que buscam soluções para problemas sociais, atendendo necessidades que não são tratadas pelo mercado ou pelo governo. Assim, os empreendimentos, que podem ter fins lucrativos ou não, mobilizam recursos tendo em mente a missão e o propósito de gerar mudanças sociais. Independente da orientação para o lucro, o empreendedor, através de estratégias para garantir a sustentabilidade da organização, atua identificando oportunidades para resolver problemas e gerar valor social.

Assim, através da revisão integrativa, além de buscar uma síntese a respeito do significado do termo, apresenta que o mesmo trata de ações empreendedoras ligadas a um contexto social e às dinâmicas sociais, não focando assim unicamente na figura de um indivíduo que é detentor de todo o conhecimento e que é capaz de identificar oportunidades para desenvolver seu empreendimento. Portanto, nesse processo de identificar oportunidades, envolve um contexto social e o papel da ação empreendedora em explorar oportunidades e gerar mudanças sociais.

A questão das concepções a respeito da geração de valor econômico e social também se faz presente na maioria dos textos, mostrando que o empreendedor lida com atividades voltadas a produzir não apenas impacto social, mas também ganhos financeiros, pois os mesmos são necessários para dar continuidade às suas atividades e consequentemente permitir que permaneça gerando impacto social. Ao entrar na questão de impacto social, nota-se que poucos trabalhos destacam a importância de se apresentar evidências do mesmo através de relatórios. A avaliação de impacto é necessária como uma estratégia para apresentar resultados, atrair recursos e legitimar o papel do empreendimento.

Através do estudo dos artigos notaram-se algumas lacunas para pesquisas futuras, podendo-se destacar a questão de ampliar os estudos sobre avaliação e mensuração de impacto, e a questão de como os empreendedores lidam com o desafio de se gerar tanto valor econômico quanto social. São questões necessárias para compreender o quanto o empreendimento está alinhado com sua missão, de forma que os objetivos econômicos não mudem o propósito de se atingir impacto social, e que os resultados alcançados sejam mensurados para posterior análise. Essa análise torna-se essencial, pois através de um modelo de mensuração de impacto é possível que o empreendedor tenha a estratégia traçada para se alcançar o impacto necessário e também favorece que o mesmo esteja munido com as ferramentas necessárias para apresentar evidências dos resultados. Assim, garante-se que o processo principal, que é o de desenvolver projetos de impacto, seja acompanhado e refletido pela organização, para que realmente desenvolva projetos que levem ao alcance do objetivo almejado e traga mudanças à sociedade.

A partir deste trabalho, conclui-se que por mais que seja dificilmente possível haver uma definição universalmente aceita do termo empreendedorismo social, é necessário discutir o conceito diante do fato de que o mesmo é tratado de diferentes formas, para que se busque assim uma estrutura conceitual que permita entender os fenômenos ligados ao empreendedorismo social e o impacto que o mesmo gera na sociedade.

6. Referências Bibliográficas

ALVORD, S. H.; BROWN, L. D.; LETTS, C. W. **Social Entrepreneurship and societal transformation.** An exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, v.40, n.3, set 2004.

AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different and Both? **Entrepreneurship: Theory and Practice**, 2006.

BACQ, S.; JANSSEN, F. The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. **Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal**, n. 23, n. 5-6, p. 373-403, 2011.

BARKI, E.; COMINI, G.; CUNLIFE, A.; HART, S.; RAI, S. Social Entrepreneurship and Social Business: Retrospective and Prospective Research. **Revista de Administração de Empresas-FGV**. São Paulo, V.55 n. 04, jul/ago 2015.

BESSANT, J.; TIDD, J. Empreendedorismo Social e Inovação. In: **Inovação e Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BIGNETTI, L. P. **As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa**. Ciências Sociais Unisinos, São Leopoldo, v. 47, n.1, p. 3-14, jan/abr 2011.

BOTELHO, L. L. R.; CUNHA, C. C. A.; MACEDO, M. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Revista Eletrônica Gestão e Sociedade*. Belo Horizonte, v. 4, n. 11, p. 121-136, 2011.

CERTO, S. T.; MILLER, T. Social entrepreneurship: key issues and concepts. **Business Horizons**, v. 51, p. 267-271, 2008.

CHELL, E. Social enterprise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process. **International Small Business Journal**, v. 25, n. 1, p. 5-26, 2007.

CHOI, N.; MAJUMDAR, S. Social entrepreneurship as an essentially contested concept: opening a new avenue for systematic future research. **Journal of Business Venturing**, 2013.

CORNER, P. D.; HO, M. How opportunities develop in social entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, 2010.

DACIN, M. T.; DACIN, P. A.; TRACEY, P. Social entrepreneurship: A critique and future directions. **Organization Science**, v. 22, n. 5, p.1203-1213, 2011.

DEES, J. G. **The meaning of social entrepreneurship**. Boston, MA: Harvard Business School. 1998.

_____. **Social ventures as learning laboratories**. Tennessee's Business, v.20, n.1, 2011.

DEFOURNY, J.; NYSENS, M. Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. **Journal of Social Entrepreneurship**, v. 1, n. 1, p. 32-53, 2010.

ELKINGTON, J.; HARTIGAN, P. **The power of unreasonable people**. How social entrepreneurs create markets that change the world. Harvard Business Press. Boston, MA. 2008.

HOON, C. Meta-synthesis of qualitative case studies: An approach to theory building. **Organizational Research Methods**, v. 16, n. 4, p. 522-556, 2013.

MAIR, J.; MARTI, I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. **Journal of World Business**, v. 41, p. 36-44, 2006.

MILLER, T. I.; GRIMES, M. G.; MCMULLEN, J. S.; VOGUS, T. J. Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. **Academy of Management Review**, v. 37, n. 4, p. 616-640, 2012.

NECK, H.; BRUSH, C.; ALLEN, E. The landscape of social entrepreneurship. **Business Horizons**, v. 52, p. 13-19, 2009.

NICHOLLS, A. "We do good things, don't we?": "Blended Value Accounting" in social entrepreneurship. **Accounting, Organizations and Society**, v. 34, p. 755-769, 2009.

_____. The legitimacy of social entrepreneurship: reflexive isomorphism in a pre-paradigmatic field. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 32, n. 4, 2010.

SANTOS, F. M. A positive theory of social entrepreneurship. **Journal of Business Ethics**, p. 335-351, 2012.

SASSMANNSHAUSEN, S. P.; VOLKMANN, C. **A bibliometric based review on social entrepreneurship and its establishment as a field of research**. Germany: Schumpeter School of Business and Economics; Schumpeter Discussion Papers, 2013.

SEELOS, C.; MAIR, J. **Social entrepreneurship the contribution of individual entrepreneurs to sustainable development**. Anselmo Rubiralta Center for Globalization and Strategy Center for Business in Society. 2004.

_____. Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. **Business Horizons**, v. 48, p. 241-246, 2005.

SUSTAINABILITY REPORT. **The social intrapreneur: A field guide for corporate changemakers**. Skoll Program. 2008. Disponível em: <<http://www.sustainability.com/library/the-social-intrapreneur#.VGuX98kinEg>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

YUNUS, M.; MOINGEON, B.; LEHMANN-ORTEGA, L. **Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience**. Long Range Planning, vol 43 2010.