

**NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL E SETOR 2.5: conceito, barreiras e oportunidades em Pernambuco**

**KAROLINA DE MELO SILVA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

**MIGUEL MAURICIO ISONI**

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

## **NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL E SETOR 2.5: conceito, barreiras e oportunidades em Pernambuco**

### **1 Introdução**

Problemas sociais e ambientais impactam vidas em qualquer parte do mundo. Pobreza, fome, sistemas precários de saneamento básico, analfabetismo, desemprego, violência, desinformação, desigualdades de classe, raça e gênero, são alguns exemplos. Sabe-se que a lista é extensa. No Brasil, por exemplo, dados recentes apontam que apenas um em cada três domicílios tem acesso a rede de esgoto (BELLANDI, 2020). Um outro dado que revela a desigualdade salarial no país, demonstra que, em 2019, os homens receberam os maiores salários, cerca de 30% a mais que as mulheres. Enquanto isso, pessoas identificadas como pretas e pardas, recebem os salários mais baixos no país (BARROS, 2020).

Além desses dados, levantamentos realizados durante a pandemia do COVID-19 indicam que o Brasil atingiu, no trimestre que corresponde aos meses de março a maio, o menor índice de ocupação entre as pessoas com idade para trabalhar, desde a primeira Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua realizada em 2012 (CABRAL, 2020). As ocorrências de violência doméstica também apresentaram um salto durante os primeiros meses de isolamento social, representando um aumento de 14% no número de queixas (MUGNATTO, 2020).

Esses números, embora recentes, são apenas uma pequena amostra das problemáticas enfrentadas pela nossa sociedade que, todavia, não são inéditas no país nem exclusivas dele. Para minimizar os impactos de questões como essas, que superaram o controle do Estado, organizações do terceiro setor foram criadas. Houve, ainda, uma pressão para que empresas privadas se responsabilizassem também pelos danos que suas atividades causavam à sociedade e ao meio ambiente, dando origem aos programas de responsabilidade socioambiental que, por vezes, funcionam apenas como estratégia de compensação (FERRARINI, 2016).

Mas, entre o terceiro e o segundo setor existe, ainda, uma categoria intermediária que vem emergindo e se solidificando no Brasil. Essa categoria é representada pelos negócios de impacto social. O setor 2.5, como vem sendo denominado (SEBRAE, 2019), é liderado por empreendedores e empreendedoras preocupados em desenvolver inovações que ajam sobre os problemas sociais, sem depender exclusivamente de filantropia e voluntariado, aplicando um modelo de negócio que garante a sustentabilidade da atividade, considerando o lucro apenas como um meio de se atingir o fim (DEES, 1990).

O setor, no entanto, ainda é desconhecido por boa parte dos brasileiros. Os conceitos que constituem as suas premissas são pouco compreendidos ou explorados. Apesar disso, algumas regiões do país já começaram a construir um arranjo para dar suporte aos empreendedores sociais e a capital de Pernambuco representa um exemplo dessa realidade, sendo uma das poucas capitais a sediar uma incubadora social (MORAES, 2019).

Por sua vez, assim como aqueles mais tradicionais, os negócios de impacto também dependem de condições favoráveis ao seu desenvolvimento, que podem ou não ser encontradas em determinados contextos, ainda que a necessidade e os problemas existam (MULGAN, 2006; AUSTIN, STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006).

Enquanto teóricos de outras nacionalidades debatem, ainda que de modo incipiente, as interferências do ambiente sobre o desenvolvimento de negócios sociais (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006; HELMSING, 2015; MOORE; WESTLEY; NICHOLLS, 2012; MULGAN, 2006; MULGAN *et al.*, 2007; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN,

2010; PHILLIPS *et al.*, 2014; URBANO, TOLEDANO; SORIANO; 2010; ROBINSON, 2006), no Brasil são escassas as iniciativas sobre essas implicações, sejam elas políticas, econômicas, sociais ou culturais. A pesquisa, desse modo, interessa-se em identificar fatores contextuais que impulsionam e constroem o nascimento e crescimento de negócios de impacto em Pernambuco.

O Estado que, por um lado, comemora o fato de ser reconhecido pela importância do seu ecossistema de inovação (MUNARO, 2019), por outro revela desafios significativos quando se tratam das especificidades do empreendedorismo social, de acordo com os dados analisados. Mas, ao mesmo tempo, também apresenta oportunidades a inovações sociais com visão de impacto.

Este artigo, assim, busca proporcionar contribuições ao empreendedorismo social e aos negócios de impacto a partir da exploração, por meio de teorias nacionais e internacionais, dos conceitos importantes a essa categoria de mercado que, como mencionado anteriormente, são desconhecidos ou mal compreendidos pela sociedade e até mesmo pelos próprios empreendedores sociais; e na identificação das barreiras e oportunidades que influenciam o surgimento e crescimento do setor de impacto em Pernambuco.

Para isso, parte-se, primeiramente, da perspectiva do empreendedor social local, com a análise das suas experiências de dificuldades e oportunidades dentro do conceituado ecossistema, que em seguida são comparadas à formulações teóricas e dados complementares coletados em fontes secundárias, como jornais de grande circulação, dispositivos de lei e levantamentos realizados pela Pipe Social (2019) e Liga Ventures (2020), entre outros.

A análise concilia a visão do ecossistema, para compreender de que forma elementos sociais, políticos e culturais (ISENBERG, 2010; SPIEGEL, 2017; STAM, 2015) estão distribuídos e se relacionam dentro desse contexto, com a perspectiva da teoria institucional, que permite identificar os fatores limitantes e impulsionadores dentro da estrutura institucional local (DESA, 2012; MOORE; WESTLEY; NICHOLLS, 2012; NORTH, 1990; ROBINSON, 2006; URBANO; TOLEDANO; SORIANO, 2010).

Após esta seção introdutória, o artigo apresenta as principais considerações teóricas que fundamentam o campo em estudo, onde são sintetizados os conceitos que envolvem o setor 2.5 e as contribuições oferecidas pelas abordagens sobre os ecossistemas e as instituições que permitem compreender as influências exercidas pelo contexto sobre o desenvolvimento do empreendedorismo social. Em seguida, descreve-se os métodos de coleta e análise dos dados utilizados para identificar os fatores que limitam ou incentivam o surgimento e expansão desse setor no Estado. Na penúltima seção, os resultados são apresentados e discutidos. Finalizando o artigo, apresentam-se as últimas considerações da investigação e as suas implicações para futuras pesquisas.

## **2 Revisão literária**

Embora não seja um campo recente, carece-se ainda de um consenso sobre o que pode ser considerado empreendedorismo social, especialmente no que concerne aos negócios de impacto. No entanto, diante das diferentes abordagens exploradas, tanto nacionais como internacionais, foi possível identificar algumas características correlatas. Para compreender o empreendedorismo social e o surgimento do setor 2.5 no Brasil é necessário revelar esses atributos, bem como sintetizar os conceitos de inovação social, valor e impacto social, que são os pilares dessas atividades.

Na literatura internacional são encontradas diversas definições para o empreendedorismo social. Essas definições, por sua vez, frequentemente relacionam o campo a termos chaves, como problemas sociais, impacto social, valor e inovação social (AUSTIN, STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006; GAUCÁ; HADAD, 2014; NICHOLS, 2006; PEREDO; MACLEAN, 2006; ZAHRA *et al.*, 2009). Algumas das tentativas de definir o campo, sugerem ainda que outra característica do empreendedorismo social é a intersectorialidade (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006; NICHOLS, 2006; PHILLS; DEIGLMEIER; MILLER, 2008). Nesse sentido, o campo poderia ser representado por organizações governamentais, ONGs e, ainda, organizações privadas com ou sem fins lucrativos.

No entanto, seja qual for a configuração, o fato é que as atividades que se desenvolvem no empreendedorismo social estão vinculadas à problemas ambientais e/ou sociais. É por isso, e por procurar agir sobre a raiz desses problemas, que o empreendedor social é considerado um agente de mudança (DEES; 1998; DOMENICH, 2018; LETTICE; PAREKH, 2010; SHARIR; LERNER, 2006):

o principal condutor para o empreendedorismo social é o problema social que está sendo tratado, e a forma organizacional específica que uma empresa social adota deve ser uma decisão com base em qual formato mobilizaria de maneira mais eficaz os recursos necessários para resolver esse problema (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006, p. 2, tradução nossa).

Por meio da inovação social, o empreendedor busca oferecer soluções para estes problemas. Não existe exatidão ou consenso sobre o que caracteriza uma inovação social (BIGNETTI, 2011; DE BRUIN; STANGL, 2013), isto porque determinadas correntes teóricas valorizam o processo, enquanto outras se concentram nos resultados (BIGNETTI, 2011). Alguns pesquisadores, por exemplo, discutem que a inovação social vem sendo utilizada por muitas empresas como estratégia de compensação, isto é, como forma de reparar os danos causados pela própria organização e que é utilizada para promover uma postura de responsabilidade socioambiental (LACERDA; FERRARINI, 2013).

Para reduzir as ambiguidades que envolvem estes conceitos foi construído um recorte de características diversas, embora não excludentes, que associam a inovação social a processos, produtos, serviços, práticas, atividades ou metodologias para solucionar problemas sociais ou ambientais e gerar transformações positivas (DOMENICH, 2018; ANASTÁCIO, 2018; PHILLIPS *et al.*, 2014; BIGNETTI, 2011; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010; PHILLS; DEIGLMEIER; MILLER, 2008).

É importante evidenciar também que, como ressalta Domenich (2018, p.9), os empreendedores sociais não buscam soluções sintomáticas. Segundo ela, “um dos fatores que melhor define o empreendedorismo social são as soluções sistêmicas, ou seja, aquelas que atuam na raiz dos problemas e no enfrentamento das estruturas que criam os problemas que querem solucionar”.

Um exemplo disso são os negócios sociais ou negócios de impacto social, empreendimentos financeiramente sustentáveis que utilizam a inovação com a finalidade de propor soluções para problemas sociais ou que, em outras palavras, adotam um formato híbrido que associa o lucro das organizações privadas com o objetivo social do terceiro setor, empregando o primeiro em função do segundo (ANASTÁCIO, 2018; ARTEMISIA, 2019; BRASIL, 2019; DEES, 1998; FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015; GAUCÁ; HADAD, 2014; PIPE SOCIAL, 2019; YUNUS, 2006). No Brasil o formato inspirou a concepção

de um setor intermediário que representa essa hibridização: o setor 2.5 (QUINTESSA, 2017; SEBRAE, 2019).

Apesar das divergências conceituais que envolvem o tema, observar a inovação social na perspectiva dos negócios de impacto revela o compromisso desses empreendedores com a transformação social, com mudanças de potencial sistêmico que envolvem a colaboração dos diferentes setores para atender às complexidades dos problemas enraizados em nossa sociedade (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2007; PHILLS; DEIGLMEIER; MILLER, 2008).

Os conceitos de negócios de impacto social também apresentam alguns aspectos divergentes entre si, especialmente no que diz respeito ao público a quem essas atividades se destinam. Para os fins desta pesquisa, utiliza-se a definição divulgada no Art. 1º do decreto nº 9.977 de agosto de 2019, que dispõe sobre a Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto – ENIMPACTO e explica que esses negócios são "empreendimentos com o objetivo de gerar impacto socioambiental e resultado financeiro de forma sustentável" (BRASIL, 2019). Um estudo da Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto ainda completa:

Os negócios de impacto são empreendimentos que têm a intenção clara de endereçar um problema socioambiental por meio de sua atividade principal (seja seu produto/serviço e/ou sua forma de operação). Atuam de acordo com a lógica de mercado, com um modelo de negócio que busca retornos financeiros, e se comprometem a medir o impacto que geram (ICE; PIPE SOCIAL, 2019).

Mensurar o impacto, nesse caso, não necessariamente – e dificilmente – está relacionado a dados quantificáveis, mas à avaliação qualitativa das mudanças propiciadas na vida das pessoas e ecossistemas (ARIDA; BRANDÃO; CRUZ, 2014; DEES, 2001). Arida, Brandão e Cruz (2014, p. 6), explicam ainda que essa avaliação ocorre "a partir da inserção de uma variável conhecida no sistema (um projeto, programa ou negócio social) em uma relação causal observada entre a mudança e a variável", entretanto, por estar suscetível a diferentes interpretações e pelos resultados serem multicasuais e não lineares, essa mensuração continua sendo um desafio para muitos empreendedores sociais (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006).

Em síntese, esses negócios representam os pilares do empreendedorismo social: criam soluções inovadoras para problemas sociais, preocupando-se antes em potencializar o valor social do negócio e em provocar mudanças positivas, do que em maximizar o valor privado. Apesar disso, empreendedores e empreendedoras sociais não encontram menos dificuldades para estabelecer seus negócios e devem, portanto, estar atentos ao contexto para identificar oportunidades e restrições à sua atividade (AUSTIN; STEVENSON, WEI-SKILLERN, 2006).

## 2.1 Atributos do Ecossistema

Como discutido acima, a atividade empreendedora como um todo está condicionada a fatores sociais, políticos, econômicos e culturais. Os ecossistemas de inovação ou ecossistemas empreendedores, nesse cenário, demonstram geralmente ser ambientes promissores, visto que oferecem uma combinação de elementos favoráveis ao empreendedorismo. Segundo Spiegel (2017), eles representam "a união de perspectivas culturais locais, *networks*, capital de investimento, universidades e políticas econômicas ativas que criam ambientes de apoio a projetos baseados em inovação". Dentre os ecossistemas que se estabeleceram no Brasil, Pernambuco abriga um dos mais conhecidos.

Muitos pesquisadores vêm estudando esses ecossistemas, sua constituição, organização e impactos na atividade empreendedora (ISENBERG, 2010; SPIEGEL, 2017; STAM, 2015;

CARAYANNIS; BARTH; CAMPBELL, 2012), no entanto, sem incorporar a perspectiva do empreendedorismo social e da inovação social.

Contudo, nesta investigação, considera-se a identificação dos elementos que constituem o ecossistema como via importante para reconhecer as principais limitações e oportunidades delegadas ao empreendedorismo social e aos negócios de impacto locais. Para isso, utiliza-se como referência a classificação de Spiegel (2017), que divide esses elementos em três categorias: cultural, material e social.

Os atributos culturais representam as "crenças subjacentes e perspectivas sobre o empreendedorismo dentro de uma região" (SPIEGEL, 2017, p. 4, tradução nossa). Os atributos sociais estão relacionados às colaborações entre atores, à transferência de conhecimento e à distribuição de recursos, enquanto os atributos materiais contemplam os aspectos mais formais de apoio e fomento a essas atividades (SPIEGEL, 2017).

## 2.2 Estrutura institucional

A teoria institucional também explica como normas, valores, códigos de conduta e crenças, assim como as leis e regras formais, exercem influência sobre a atividade empreendedora (NORTH, 1990). Essas instituições formais e informais, presentes no ecossistema, ora incentivam, ora restringem as possibilidades para empreendedores sociais. Como explica Robinson (2006 p. 103, tradução nossa):

Sistemas governamentais, leis, mercados financeiros e instituições de crédito são estruturas institucionais codificadas e formalizadas que facilitam as transações entre os atores. Barreiras institucionais formais podem impedir a entrada em um mercado se o mercado não tiver as instituições apropriadas para incentivar a atividade empreendedora. [...] Alguns empresários não consideram esses mercados porque não acreditam que possam superar as barreiras institucionais existentes para criar seus empreendimentos sociais.

A perspectiva institucional não só permite compreender como convenções sociais e regras formais podem restringir ou estimular o surgimento e crescimento de negócios que buscam promover ideias para problemas sociais, mas também explicam como a própria estrutura pode criar e sustentar esses problemas (DESA, 2012; HELMSING, 2015; NORTH, 1990; ROBINSON, 2006; URBANO; TOLEDANO; SORIANO, 2010).

Com base nessas perspectivas sobre os ecossistemas e instituições, realiza-se uma análise minuciosa dos fatores culturais, políticos, econômicos e sociais identificados, que constroem e impulsionam os negócios de impacto em Pernambuco. A investigação explora as experiências de empreendedores sociais de quatro negócios de impacto locais, apresentados na seção seguinte.

## 3 Metodologia da pesquisa

Para interpretar esses fatores, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa que permite aprofundar a compreensão sobre as experiências dos empreendedores sociais e as influências do contexto em suas atividades. Sendo assim, os dados foram coletados por meio de entrevistas em profundidade realizadas entre os meses de março e abril de 2020 com seis empreendedores e empreendedoras sociais. As entrevistas foram guiadas por temas (GIL, 2012) que envolviam, dentre outras, as dificuldades, satisfações, trajetória dos negócios e percepções das oportunidades por esses empreendedores.

Utiliza-se o estudo de casos múltiplos como estratégia para entender e explicar os fenômenos que incidem sobre a atividade empreendedora social, dentro do contexto específico analisado (YIN, 2015). Os negócios de impacto foram identificados com o auxílio do Porto

Social, incubadora social localizada na cidade de Recife, que anualmente capacita cerca de 50 projetos e negócios de impacto social por ano. Dentre eles, quatro foram selecionados (ver Tabela 1) segundo critérios pré-estabelecidos de inovação, localização, estágio, sustentabilidade financeira e finalidade.

Concede-se preferência a negócios em estágio inicial, uma vez que muitas ideias, embora promissoras, são frustradas ainda nessa fase por não resistirem às privações do ambiente (MULGAN *et al*, 2007). Quanto à localização, os negócios selecionados estão sediados na capital de Pernambuco ou região metropolitana. Além disso, todos se inserem na definição de negócios de impacto que consta no Art. 1º do decreto nº 9.977 de agosto de 2019 (BRASIL, 2019) e adotam um modelo de negócio que permite a sustentabilidade financeira da empresa.

A análise dos dados coletados nas entrevistas e em fontes secundárias se desenvolve segundo o processo da análise de conteúdo proposto por Bardin (1977), que compreende a transcrição e organização dos dados das entrevistas (pré-análise), codificação e categorização das informações (exploração do material), identificação e interpretação das evidências e construção das inferências (tratamento e interpretação dos dados).

Tabela 1 - Apresentação dos casos

	<b>1. Verific.ai</b>	<b>2. Abra</b>	<b>3. Dona Obra</b>	<b>4. Desataa</b>
<b>Estágio</b>	Validação	Operação	Validação	Operação
<b>Ano de criação</b>	2017	2016	2018	2017
<b>Formato jurídico</b>	Empreendedor individual	LTDA	LTDA	Não definido
<b>Localização</b>	Recife	Recife	Recife	Recife
<b>Principal produto/serviço</b>	Confere.ai	Planejamento e execução de obras acessíveis para as classes C e D	Kits de reforma por ambiente	Atividade, terapia e educação assistida por animais (AAA, TAA, EAA)
<b>Problema social</b>	<i>Fake news</i> e desinformação	Serviços de arquitetura inacessíveis para as classes C e D, o que resulta na autoconstrução e em moradias mal planejadas.	Serviços de arquitetura inacessíveis para as classes C e D, o que resulta na autoconstrução e em moradias mal planejadas.	Saúde e educação andam distantes no processo de tratamento dos transtornos de desenvolvimento.

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Esse processo da análise de conteúdo identificou, primeiramente, os atributos – materiais, culturais e sociais – que impactam o empreendedorismo social local, observando suas inter-relações. A partir desses dados, pode-se interpretar os fatores formais e informais, explícitos e subjacentes, que limitam ou estimulam as atividades e o crescimento do setor 2.5 em Pernambuco. A seguir, os principais resultados são discutidos com base nas evidências encontradas.

#### 4 Resultados e discussões

A partir dos dados coletados nas entrevistas e em fontes secundárias foi possível verificar que tanto instituições formais como informais apresentam limitações e oportunidades ao empreendedor social. Os fatores foram filtrados através da observação dos atributos ou elementos presentes no ecossistema e seu comportamento em relação aos negócios de impacto social. Os resultados dessa análise são apresentados nos próximos parágrafos.

*Desconhecimento sobre o setor 2.5 ou negócios de impacto e predominância da concepção tradicional de mercado.* Todos os empreendedores e empreendedoras entrevistados revelam, como principal dificuldade, a incompreensão das pessoas sobre a legitimidade das atividades dos negócios de impacto social o que, por sua vez, já foi identificado em outras pesquisas com investidores e empreendedores sociais do país (LIGA VENTURES, 2020). Para uma empreendedora, "falta se educar mais a sociedade do que é um negócio de impacto [...] porque a população não tem essa visão" (Caso 4). Outros, ainda, fizeram declarações similares: "Dificuldade, pra mim, que ficou muito claro, é o desconhecimento das pessoas em relação à questão do que é um negócio de impacto" (Caso 3); "ainda tem gente que acha que a gente é ONG e que doa casa" (Caso 2). Uma das empreendedoras (Caso 3) explica como o desconhecimento e as crenças acerca da atividade geram desconfiança e dificultam o reconhecimento do setor:

[...] a nossa cultura é a cultura do capitalismo que ganha dinheiro a qualquer custo, a qualquer preço. Então, sempre que você vai para um lado de 'eu quero impactar e essa é a motivação do meu negócio, eu não quero ganhar dinheiro por ganhar dinheiro; eu quero impactar e eu só tô ganhando dinheiro porque é a única ferramenta que eu tenho pra me manter impactando', gera desconfiança do ponto de vista de quem já é privilegiado. E quando você entra na comunidade aí as pessoas não entendem mesmo. [...] muitas pessoas estão acostumadas com o assistencialismo, então elas sempre vão esperar que você doe alguma coisa.

Esperar que o empreendedor social impacte a estrutura social e o meio ambiente por meio, exclusivamente, de ações beneficentes e filantrópicas é uma convenção compartilhada coletivamente que se verifica nos relatos dos empreendedores: "todo mundo que tem um negócio de impacto sofre com isso porque acha que pra impactar o social eu preciso fazer de graça" (Caso 4). Para os que fogem a esse acordo e fundamentam os seus negócios a partir das premissas do empreendedorismo social, identificar-se dessa forma, nesse cenário, requer informações, referências e toda uma estrutura de suporte que contribua para o reconhecimento da atividade.

*Faltam referências locais de negócios de impacto bem-sucedidos.* Verifica-se a carência de modelos que representem a diversidade de negócios de impacto como mais um fator limitante, apesar de se encontrar na região alguns exemplos de startups de impacto já amadurecidas, como Mete A Colher, Livox e Joy Street, todas formadas dentro do Porto Digital<sup>1</sup> (FELIPE, 2016). A popularização de modelos e *cases* de sucesso são importantes para a atração de investidoras e instituições de fomento (LIGA VENTURES, 2020), assim como para estimular a formação de novos empreendedores (FELD, 2012) e dar visibilidade ao setor. Histórias de negócios de impacto que cresceram ou escalaram são como vitrines do ecossistema e do próprio setor. Esse também foi um aspecto importante mencionado em três dos casos investigados.

*Ambiente regulatório pouco oportuno.* Ainda que a regularização do setor esteja entre as metas da Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto, e que ela mesma seja um instrumento importante para orientar ações de incentivo aos negócios de impacto, não existe até então um dispositivo legal que insira esses negócios em uma categoria específica, com o estabelecimento de taxas e burocracias correspondentes. Quando perguntados sobre o formato

jurídico do negócio, uma das empreendedoras explica: "[...] não se tem ainda leis e regulamentos para negócio social, aí é uma empresa normal, privada" (Caso 2). Como explicita Spiegel (2017, p. 6-7, tradução nossa):

políticas e governança [...] são uma parte essencial do contexto econômico e político em que o empreendedorismo ocorre. Esse contexto pode envolver a redução de barreiras legais à formação de firmas; desenvolver regimes fiscais eficazes; ou prover fundos públicos para administrar programas de apoio ao empreendedorismo, networking ou incubação.

Em observância a essa problemática, segue em tramitação um Projeto de Lei para a regularização dos negócios de impacto socioambiental, tendo como base três critérios: "(1) objeto social vinculado ao propósito de gerar impacto social e ambiental positivo; (2) estrutura de governança com mecanismos voltados a uma tutela mais ampla dos interesses dos *stakeholders*; e (3) obrigação de mensuração e publicação periódica do relatório de impacto" (PIPE SOCIAL, 2019, p. 62).

Da mesma forma, desde o ano de 2018 até o primeiro semestre de 2020, está em tramitação no Senado Federal um outro Projeto de Lei que dispõe sobre o Contrato de Impacto Social (PSL 338/18) que, segundo o Art. 2º do referido documento, visa garantir um "acordo em que uma entidade pública ou privada, com ou sem fins lucrativos, se compromete a atingir metas de interesse social, mediante o pagamento de contraprestação do poder público" (BRASIL, 2018), que vai facilitar a contratação de serviços de negócios de impacto social por organizações públicas.

Um avanço importante, ocorrido em 2019, foi a promulgação da Lei nº 13.800/2019. O dispositivo garante a constituição de fundos patrimoniais que, de acordo com o Art. 1º da lei, têm o "objetivo de arrecadar, gerir e destinar doações de pessoas físicas e jurídicas privadas para programas, projetos e demais finalidades de interesse público" (BRASIL, 2019b). A nova lei reflete a flexibilização no acesso a recursos, que pode beneficiar o setor 2.5 nos próximos anos (PIPE SOCIAL, 2019). Ela responde parcialmente ao desafio enfrentado pelos negócios de impacto que é apresentado no tópico seguinte.

*Dificuldade em acessar recursos.* Um percentual de 56% dos negócios de impacto instalados na região nordeste reportaram a um levantamento da Pipe Social, realizado em 2019, a necessidade de receber suporte financeiro (PIPE SOCIAL, 2019). Uma das entrevistadas revela esse cenário: "necessidade principal, [...] acho que pra todo mundo, desde sempre, é grana, questão financeira, aporte financeiro" (Caso 4). Todos os casos investigados declararam, ainda, que sua principal fonte de recursos são os investimentos do próprio empreendedor, o que representa a realidade de 76% dos negócios de impacto no Brasil (PIPE SOCIAL, 2019).

A pesquisa realizada pela Liga Ventures (2020) indica que a problemática da distribuição e acesso a recursos está relacionada, entre outros, à dificuldade dos empreendedores em apresentar dados que comprovem o impacto das suas atividades – o que também foi percebido durante as entrevistas –, assim como ao desconhecimento dos investidores sobre as particularidades do setor e a inadequação das suas métricas aos negócios de impacto.

Além disso, como explicam Moore, Westley e Nicholls (2012, p. 116, tradução nossa), "o investimento em inovação e, em particular, na inovação social, pode representar um risco maior em termos de retorno do investimento do que o investimento em produtos, processos ou organizações mais estabelecidos". Mas, apesar disso, vê-se emergir no país gestoras financeiras com foco em negócios de impacto, a exemplo da Vox Capital, Din4mo, MOV, Bemtevi

Investimento Social, Kaeté Investimentos, Positive Ventures e Sitawi (LIGA VENTURES, 2020).

*Envolvimento incipiente do segundo setor.* Em meio à escassez de recursos, surgem as parcerias entre organizações do segundo setor e os negócios de impacto social, que têm sido muito valorizadas por empreendedores sociais. Uma das empreendedoras descreve sua experiência com o Verific.ai (Caso 1) – negócio de impacto que tem como principal produto um aplicativo cujo objetivo é automatizar a checagem de notícias para a identificação de *fake news* – e como as parcerias com a Universidade Católica de Pernambuco e o Sistema Jornal do Commercio foram fundamentais para a aplicação da ideia: "eu não sou uma pessoa que tem dinheiro, então não poderia largar meu trabalho pra me dedicar a isso integralmente. Isso é uma grande dificuldade porque se não fosse essa coisa do JC ter vindo atrás, da Católica ter vindo atrás, dificilmente eu iria, proativamente, desenvolver tudo isso", explica ela.

Outros relatos também sugerem o valor dessa parceria com o segundo setor: "a gente entende que [...] fechando parcerias, principalmente com empresas na área da construção civil (de revestimento, enfim, de material de construção), a gente consegue diminuir o custo final para o cliente. E a busca da gente tem sido essa; quanto mais parcerias, melhor" (Caso 2).

Essas organizações, por vezes, além das parcerias também oferecem mentorias, como revelado em um dos casos investigados. Segundo a empreendedora, as conexões ocorreram com a mediação dos programas de incubação do Porto Social e de aceleração da Artemisia. Do mesmo modo se verificam iniciativas de apoio, como no caso do Dona Obra, que para viabilizar a capacitação de mão da obra feminina e periférica, tem como apoiadora uma das instituições mais reconhecidas em qualificação profissional no país.

*Articulação de instituições de suporte e fomento.* Os negócios de impacto social em Pernambuco se beneficiam, ainda, da estrutura e articulações das incubadoras e aceleradoras do Porto Digital e Porto Social, sendo completamente gratuito o programa de incubação deste último, em virtude das parcerias públicas e privadas firmadas pela incubadora (PORTO SOCIAL, 2018). Analisando as experiências dos empreendedores e empreendedoras, verifica-se que esses programas se revelaram fundamentais em pelo menos quatro aspectos: educar os empreendedores sociais sobre os pilares do setor 2.5, desenvolver e preparar o negócio para o mercado, criar e mediar as conexões entre os empreendedores e organizações dos demais setores e oferecer uma infraestrutura para a operação do negócio. Além delas, outras entidades e movimentos como o Sebrae, a Pipe Social, o Instituto de Cidadania Empresarial e o Impacta Nordeste contribuem, entre outras, com a divulgação do setor, a democratização do conhecimento e promoção ou apoio a eventos e iniciativas de incentivo às futuras e atuais soluções de impacto na região.

*Incentivo à inovação e competência em tecnologia.* Toda a infraestrutura e o investimento em tecnologia que acompanha o crescimento do parque tecnológico na capital do Estado, que hoje abriga seis institutos de pesquisa, uma instituição de ensino, duas aceleradoras e três incubadoras com foco em inovação e negócios (MUNARO, 2018), tem criado oportunidades para o surgimento e crescimento de negócios de impacto, especialmente em tecnologia, como os exemplos já citados. Negócios de impactos social que propõem uma inovação de base tecnológica, segundo dados da Pipe Social (2019), possuem maior potencial de escala e, no empreendedorismo social, escalar representa a possibilidade de maximizar o impacto provocado.

Além disso, são esses negócios de impacto que atualmente recebem mais investimentos no Brasil (ANDE; LAVCA, 2018; PIPE SOCIAL, 2019). Apesar disso, o Porto Digital vem se preparando para atender a uma maior diversidade de negócios de impacto que se evidencia tanto na premiação de uma de suas incubadoras no Desafio de Impacto da Associação Nacional de

Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), em 2019 (PORTO DIGITAL, 2019), como pela admissão, em 2020, do Dona Obra e do Abra no programa de incubação oferecido pelo parque.

*Visibilidade e discussão de problemas sociais.* Os problemas sociais decorrentes, acentuados ou afirmados pela pandemia do COVID-19 que atingem, principalmente, a população mais vulnerável (PÉRISSÉ *et al.*, 2020), como pobres, índios, negros, mulheres e LGBTQ+., tornaram-se alvos da atenção dos meios de comunicação, de organizações e da sociedade civil – parte dela engajada em movimentos e campanhas diversas no esforço de conter os impactos da pandemia (FARIA; PIPPONZI, 2020).

Entre eles, alguns exemplos se verificam na crise da saúde pública, no sistema precário de saneamento básico, nas moradias insalubres (KAFRUNI, 2020), no desemprego – de fevereiro a maio foi registrado um crescimento no número de pessoas desempregadas no país, 368 mil a mais em relação ao último levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística ocorrido no trimestre anterior (CABRAL, 2020) –, na violência doméstica, que também registrou um aumento de 14% em denúncias nos primeiros meses de isolamento social (MUGNATTO, 2020) – e na desinformação associada ao consumo de *fake news*, que demonstrou ser um obstáculo nocivo no controle do contágio (PANDEMIA..., 2020).

A visibilidade desses problemas contribui para que negócios de impacto social e ambiental recebam notoriedade, para que surjam mais mecanismos de suporte e para inspirar novas iniciativas que atendam a estes e outros problemas. Um exemplo de mobilização que ocorreu nesse período é o Fique em Casa Hack, *hackathon* promovido pelo Porto Digital, com o objetivo de estimular a criação de soluções de impacto dirigidas à pessoas em condições de vulnerabilidade, como forma de minimizar os impactos da crise para essa parcela da população (PORTO DIGITAL, 2020).

## **5 Considerações Finais**

A partir da observação e análise dos elementos constitutivos do ecossistema, que combinados são responsáveis por oferecer condições favoráveis ao desenvolvimento do empreendedorismo em uma região (ISENBERG, 2010; SPIEGEL, 2017), e do comportamento desses elementos em relação ao empreendedorismo social local, pode-se identificar, dentro das categorias, os fatores que impulsionam e constroem o nascimento e crescimento de negócios de impacto em Pernambuco.

Adotar como ponto de partida a perspectiva e experiências de empreendedores sociais permitiu compreender suas motivações, satisfações e desafios que refletem o desenvolvimento do setor de impacto em Pernambuco, uma vez que são eles os principais intérpretes do ambiente, das oportunidades e limitações à atividade empreendedora local (STAM; SPIEGEL, 2016).

Verifica-se que as instituições informais, mais subjacentes, repercutem negativamente sobre os negócios de impacto em, pelo menos, três aspectos: (1) no desconhecimento da sociedade sobre o que constitui o setor 2.5 e (2) no modo como as pessoas entendem o mercado, não reconhecendo a hibridização – lucro e objetivo social – como configuração ética e legítima; e (3) na carência de referências locais de negócios de impacto bem sucedidos, em diferentes segmentos, que atraiam novos empreendedores e ampliem o potencial de crescimento das iniciativas atualmente em curso e do setor como um todo.

Por outro lado, essas instituições também dão abertura a oportunidades, como no (1) incentivo à inovação e na competência em tecnologia, viabilizadas pela estrutura do ecossistema de inovação do Estado e na (2) intensificação do debate sobre problemáticas sociais e ambientais

suscitado pelos efeitos da pandemia do COVID-19 e no surgimento de iniciativas de mobilização e suporte na criação de soluções de impacto para lidar com elas (PORTO DIGITAL, 2020).

Do ponto de vista das instituições formais, destacam-se restrições como (1) a dificuldade de acessar a investimentos, especialmente durante os primeiros estágios do negócio e (2) as lacunas apresentadas pelo ambiente regulatório que, apesar dos importantes avanços conquistados entre 2017 e 2019, com a promulgação da Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto (BRASIL, 2019) e da Lei nº 13.800/2019 (BRASIL, 2019) e a tramitação de Projetos de Lei significativos para o setor (PIPE SOCIAL, 2019), pouco efetivamente foi realizado até então. Os empreendedores ainda reclamam por um arcabouço legal mais inclusivo para os negócios de impacto e veem pouco movimento nesse sentido.

Apesar disso, (1) a presença e articulações das instituições de suporte locais, como as incubadoras e outras entidades promotoras do setor 2.5, têm revelado uma contribuição fundamental na capacitação, divulgação e mobilização de iniciativas em favor do amadurecimento desse setor e da ampliação na oferta de soluções de impacto. Também se revela (2) o envolvimento incipiente do segundo setor, no que diz respeito às parcerias, apoios e à participação dessas organizações em eventos e programas de fomento ao empreendedorismo social.

Por fim, além dos fatores apontados acima, este artigo sintetiza o conceito e os atributos relacionados ao setor 2.5 e aos negócios de impacto social. Espera-se, dessa forma, contribuir para a compreensão e visibilidade dessa categoria de negócios e para a orientação de ações e políticas que reduzam as limitações expostas e explorem o potencial da região de promover soluções de impacto para os diversos problemas sociais e ambientais da atualidade.

*Limitações e orientações para futuras pesquisas.* Apesar do valor das informações concedidas pelos empreendedores e empreendedoras sociais, a contemplação de outras visões, como de investidores, instituições de suporte e da comunidade permitirão uma compreensão mais holística do fenômeno analisado. Além disso, como a abordagem sobre o ecossistema se baseia no empreendedorismo tradicional e não há indicadores que direcionem a análise dentro da perspectiva do empreendedorismo social, a identificação dos atributos se orientou fundamentalmente nos dados coletados nas entrevistas e em fontes secundárias. Uma análise mais precisa, portanto, deve considerar uma investigação extensiva dos elementos sociais, culturais, econômicos e políticos determinantes para o sucesso dos negócios de impacto.

## Referências

ANASTACIO, M. R.. Empreendedorismo social e inovação social: contexto, conceitos e tipologias de iniciativas de impacto socioambiental. *In*: ANASTACIO, Mari Regina; FILHO, Paulo, R. A. C.; MARINS, J. (org.). **Empreendedorismo social e inovação social no contexto brasileiro**. Curitiba: PUCPRESS, 2018. p. 31-50. *E-book*. Disponível em: <https://institutolegado.org/mat/ens-brasil-ebook.pdf>. Acesso em: 16 out. 2018.

ANDE; LAVCA. **Panorama do setor de investimento de impacto no Brasil**: resultados de mercado 2016 & 2017. [S.l.], out. 2018. Disponível em: <https://www.andeglobal.org/blogpost/737893/311861/Panorama-do-setor-de-Investimento-de-Impacto-no-Brasil>. Acesso em: 16 nov. 2019.

ARIDA, A.; BRANDÃO, D.; CRUZ, C.. **Métricas em negócios de impacto social:** fundamentos. São Paulo: MOVE, Instituto de Cidadania Empresarial, 2014. Disponível em: <https://artemisia.org.br/metricas-em-negocios-de-impacto-social-fundamentos/>. Acesso em: 11 set. 2018.

ARTEMISIA. **O que são negócios de impacto social?**. [S.l.], [20--]. Disponível em: <http://artemisia.org.br/conhecimento-negocios-de-impacto-social/>. Acesso em 14 abr. 2020.

AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. **Entrepreneurship: Theory and Practice Journal**, [s. l.], v. 30, n. 1, p. 1-22, jan. 2006.

BARDIN, L.. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, A. Homens ganharam quase 30% a mais que as mulheres em 2019. **Agência de Notícias IBGE**, [s. l.], 06 mai. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27598-homens-ganharam-quase-30-a-mais-que-as-mulheres-em-2019>. Acesso em: 9 jul. 2020.

BELLANDI, C. Um em cada três domicílios não tinha ligação com rede de esgoto em 2019. **Agência de Notícias IBGE**, [s. l.], 06 mai. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27597-um-em-cada-tres-domicilios-nao-tinha-ligacao-com-rede-de-esgoto-em-2019>. Acesso em: 9 jul. 2020.

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

BRASIL. **Decreto nº 9.977, de 19 de agosto de 2019**. Dispõe sobre a Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto e o Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto. Brasília, DF: Presidência da República, 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2019/Decreto/D9977.htm#art13](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Decreto/D9977.htm#art13). Acesso em: 11 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 13.800, de 4 de janeiro de 2019**. Autoriza a administração pública a firmar instrumentos de parceria e termos de execução de programas, projetos e demais finalidades de interesse público com organizações gestoras de fundos patrimoniais; altera as Leis nº 9.249 e 9.250, de 26 de dezembro de 1995, 9.532, de 10 de dezembro de 1997, e 12.114 de 9 de dezembro de 2009; e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2019/Lei/L13800.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Lei/L13800.htm). Acesso em: 15 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. **Projeto de Lei do Senado nº 338, de 2018**. Dispõe sobre o Contrato de Impacto Social. Brasília, DF: Senado Federal, 2018. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7756759&ts=1581530958011&disposition=inline>. Acesso em: 15 maio. 2020.

CABRAL, U. Pela primeira vez menos da metade das pessoas em idade de trabalhar está ocupada. **Agência de Notícias IBGE**, [s. l.], 30 jun. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/28111-pela-primeira-vez-menos-da-metade-das-pessoas-em-idade-de-trabalhar-esta-ocupada>. Acesso em: 9 jul. 2020.

CARAYANNIS, E. G.; BARTH, T. D.; CAMPBELL, D. F. J. The Quintuple Helix innovation model: global warming as a challenge and driver for innovation. **Journal of innovation and entrepreneurship**, v. 1, n. 2, 2012.

DE BRUIN, A.; STANGL, L. M. The social innovation continuum: towards addressing definitional ambiguity. *In: EMES International Research Conference on Social Enterprise*, 4., 2013, Liege. **Anais** [...]: Liege: EMES, 2013.

DEES, J. G. Enterprising nonprofits. **Harvard Business School**. [S. l.], jan./fev. 1998. Disponível em: <https://hbr.org/1998/01/enterprising-nonprofits>. Acesso em: 25 jun. 2019.

DEES, J. G. The meaning of social entrepreneurship. **CASE**. [S. l.], mai. 2001. Disponível em: [https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article\\_Dees\\_MeaningofSocialEntrepreneurship\\_2001.pdf](https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Dees_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf). Acesso em: 25 jun. 2019.

DESA, G. Resource mobilization in international social entrepreneurship: bricolage as a mechanism of institutional transformation. **Entrepreneurship Theory and Practice**, [s. l.], v. 36, n. 4, p. 727-751, jul. 2012. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2104596](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2104596). Acesso em: 20 dez. 2019.

DOMENICH, M. Prefácio. *In: ANASTACIO, M. R.; FILHO, P. R. A. C.; MARINS, J. (org.). Empreendedorismo social e inovação social no contexto brasileiro*. Curitiba: PUCPRESS, 2018. p. 9-12. *E-book*. Disponível em: <https://institutolegado.org/mat/ens-brasil-ebook.pdf>. Acesso em: 16 out. 2018.

FARIA, R.; PIPPONZI, R. Como a pandemia está alterando a nossa cidadania. **Época Negócios**, [s. l.], 04 abr. 2020. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/colunas/noticia/2020/04/como-pandemia-esta-alterando-nossa-cidadania.html>. Acesso em: 14 jul. 2020.

FELD, B. **Startup communities: Building an entrepreneurial ecosystem in your city**. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2012.

FELIPE, E. Negócios de impacto social ganham mercado em Pernambuco. **Jornal do Comercio**, [Recife], 27 mar. 2016. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/canal/economia/pernambuco/noticia/2016/03/27/negocios-de-impacto-social-ganham-mercado-em-pernambuco-228156.php>. Acesso em: 12 abr. 2020.

FERRARINI, A. V. O ethos da inovação social: implicações ético-políticas para o estudo de práticas produzidas em diferentes ambientes. **Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 447- 466, jul. /dez. 2016.

FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. **Carta de princípios para negócios de impacto no Brasil**. São Paulo: ICE; SITAWI, 2019. Disponível em: [http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Carta\\_Principios.pdf](http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Carta_Principios.pdf). Acesso em: 14 abr. 2020.

GĂUCĂ, O.; HADAD, S. Social impact measurement in social entrepreneurial organizations. **Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society**, Romania, v. 9, n. 2, p. 119-136, 2014.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

HELMSING, A. H. Conditions for social entrepreneurship. **International Journal of Social Quality**, [s. l.], v. 5, n. 1, p. 51-66, 2015. Disponível em: <https://www.berghahnjournals.com/view/journals/ijsq/5/1/ijsq050104.xml>. Acesso em: 20 jan. 2019.

HERRERA, R.; ZHOURI, R. Ecosistema de Pernambuco: desenvolvimento de talentos, soluções e compromisso conjunto. **Diário de Pernambuco**. [Recife], 13 fev. 2020. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/opiniao/2020/02/ecossistema-de-pernambuco-desenvolvimento-de-talentos-solucoes-e-com.html>. Acesso em: 29 abr. 2020.

INSTITUTO QUINTESSA. **Guia 2.5:** guia para o desenvolvimento de negócios de impacto. Brasil: QUINTESSA, 2017. Disponível em: [http://www.guiadoisemeio.com.br/wp-content/uploads/2018/01/GUIA-2.5\\_Edi%C3%A7%C3%A3o-2017\\_Quintessa\\_Vers%C3%A3o-29jan18.pdf](http://www.guiadoisemeio.com.br/wp-content/uploads/2018/01/GUIA-2.5_Edi%C3%A7%C3%A3o-2017_Quintessa_Vers%C3%A3o-29jan18.pdf). Acesso em: 11 mai. 2020.

ISENBERG, D. J. How to start an entrepreneurial revolution. **Harvard Business Review**, [s. l.], jun. 2010. Disponível em: <https://hbr.org/2010/06/the-big-idea-how-to-start-an-entrepreneurial-revolution>. Acesso em: 12 jul. 2019.

KAFRUNI, S. Desigualdade que envergonha: crise da Covid-19 ampliará problemas sociais. **Correio Braziliense**. Brasília, 20 abr. 2020. Disponível em: [https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/economia/2020/04/20/internas\\_economia,846332/desigualdade-que-envergonha-crise-da-covid-19-ampliar-problemas-soci.shtml](https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/economia/2020/04/20/internas_economia,846332/desigualdade-que-envergonha-crise-da-covid-19-ampliar-problemas-soci.shtml). Acesso em: 14 jun. 2020.

LACERDA, L. F. B.; FERRARINI, A. V. Inovação social ou compensação? Reflexões acerca das práticas corporativas. **Polis**, [s. l.], v. 35, set. 2013. Disponível em: <https://journals.openedition.org/polis/9108>. Acesso em: 10 mar. 2019.

LETTICE, F.; PAREKH, M. The social process: themes, challenges and implications for practice. **International Journal of Technology Management**, [S. l.], v. 51, n. 1, abr. 2010. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/240295712\\_The\\_social\\_innovation\\_process\\_Themes\\_c hallenges\\_and\\_implications\\_for\\_practice](https://www.researchgate.net/publication/240295712_The_social_innovation_process_Themes_c hallenges_and_implications_for_practice). Acesso em: 18 mar. 2019.

LIGA VENTURES. **Liga Insights:** Negócios de impacto. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://docsend.com/view/s9pyn3q>. Acesso em: 20 maio 2020.

MOORE, M.; WESTLEY, F. R.; NICHOLLS, A. The social finance and social innovation nexus. **Journal of Social Entrepreneurship**, [s. l.], v. 3, n. 2, p. 115-132, 2012. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/271991952\\_The\\_Social\\_Finance\\_and\\_Social\\_Innovation\\_Nexus\\_1](https://www.researchgate.net/publication/271991952_The_Social_Finance_and_Social_Innovation_Nexus_1). Acesso em: 10 fev. 2020.

MORAES, L. Negócios de impacto social viram nicho para investimentos no País. **Jornal do Comercio**, [Recife], 10 fev. 2019. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/canal/economia/nacional/noticia/2019/02/10/negocios-de-impacto-social-viram-nicho-para-investimentos-no-pais-370919.php>. Acesso em: 12 abril 2020.

MUGNATTO, S. Crescem denúncias de violência doméstica durante a pandemia. **Câmara dos Deputados**, Brasília, 12 maio 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/661087-crescem-denuncias-de-violencia-domestica-durante-pandemia>. Acesso em: 15 jun. 2020.

MULGAN, G. The Process of social innovation. **Innovations: Technology, Governance, Globalization**, [S. l.], v. 1, p. 145-142, jun. 2006. Disponível em: <https://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/itgg.2006.1.2.145>. Acesso em: 06 jan. 2019.

MULGAN, G.; ARI, R.; SANDERS, B.; TUCKER, S. Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated. **Oxford Said Business School**, Londres, mar. 2007. Disponível em: <https://youngfoundation.org/publications/social-innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated/>. Acesso em: 24 jan. 2019.

MUNARO, J. Recife se firma como um dos principais ecossistemas de tecnologia do país. **G1**, [s. l.], 03 fev. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2019/02/03/recife-se-firma-como-um-dos-principais-ecossistemas-de-tecnologia-do-pais.ghtml>. Acesos em: 27 abr. 2020.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. The Open Book of Social Innovation. **NESTA**, Londres, mar. 2010. Disponível em: <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovation.pdf>. Acesso em: 06 jan. 2019.

NICHOLLS, A. Preface. In: NICHOLLS, Alex (org.). **Social entrepreneurship: new models of sustainable social change**. Oxford: Oxford University Press, 2006.

NORTH, D. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

PANDEMIA e suas consequências estimulam violência e desesperança em comunidades carentes. **Jornal da USP**, São Paulo, 26 maio 2020. Disponível em: <https://jornal.usp.br/ciencias/pandemia-e-suas-consequencias-estimulam-violencia-e-desesperanca-em-comunidades-carentes/>. Acesso em: 14 jun. 2020.

PÉRISSE, A.; LEANDRO, B.; BATISTELLA, C.; BARCELLOS, C.; SANTOS, J.; ÂNGELO, J.; CUNHA, M.; DOMINGUEZ, M.; GRACIE, R.; ROBERTA, G. Nota Técnica: **Covid-19 e vulnerabilidades - considerações sobre proteção social nas favelas**. Observatório Covid-19, Fiocruz, [s.l.] [2020]. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/documento/nota-tecnica-covid-19-e-vulnerabilidades-consideracoes-sobre-protecao-social-nas-favelas>. Acesso em: 14 jun. 2020.

PHILLIPS, W.; LEE, H.; GHOBADIAN, A.; O'REAGAN, N.; JAMES, P. Social innovation and social entrepreneurship: a systematic review. **Group & Organization Management**, [s. l.], v. 34, n. 1, p. 1-34, 2014. Disponível em: [https://www.academia.edu/19656404/Social\\_Innovation\\_and\\_Social\\_Entrepreneurship\\_A\\_Systematic\\_Review](https://www.academia.edu/19656404/Social_Innovation_and_Social_Entrepreneurship_A_Systematic_Review). Acesso em: 25 jun. 2019.

PHILLS, J.; DEIGLMEIER, K.; MILLER, D. Rediscovering social innovation. **Stanford Social Innovation Review**, [s. l.], v. 6, n. 4, outono 2008. Disponível em: [https://ssir.org/articles/entry/rediscovering\\_social\\_innovation](https://ssir.org/articles/entry/rediscovering_social_innovation). Acesso em: 25 jun. 2019.

PIPE SOCIAL. **2º mapeamento brasileiro de negócios de impacto socioambiental**. [S. l.]: PIPE SOCIAL, 2019. Disponível em: <https://www.pipe.social/produtos/mapa2019>. Acesso em: 29 abr. 2020.

PIPE SOCIAL; INSTITUTO DE CIDADANIA EMPRESARIAL. **O que são negócios de impacto: características que definem empreendimentos como negócios de impacto**. São Paulo: ICE, 2019. Disponível em: <http://aliancapeloimpacto.org.br/wp-content/uploads/2020/03/ice-estudo-negocios-de-impacto-2019-web.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2020.

PORTO DIGITAL. **Fica em casa hack**. [Recife], [2020]. Disponível em: <https://mailchi.mp/portodigital/ficaemcasahack>. Acesso em: 11 maio 2020.

PORTO DIGITAL. **Porto Digital é um dos vencedores do desafio de incubação de impacto da Anprotec**. [Recife] 15 ago. 2019. Disponível em: <https://www.portodigital.org/119/37938>. Acesso em: 12 abr. 2020.

PORTO SOCIAL. **Balanço Social Porto Social 2018**. [Recife], 2018. Disponível em: <http://www.portosocial.com.br/wp-content/uploads/2019/02/BALAN%C3%87O-PORTO-SOCIAL-2018-V01.pdf>. Acesso em: 07 maio 2020.

ROBINSON, J. Navigating social and institutional barriers to markets: how social entrepreneurs identify and evaluate opportunities. In: MAIR, Johanna; ROBINSON, Jeffrey; HOCKERTS, Kai (org.). **Social Entrepreneurship**. New York: Palgrave MacMillan, 2006. p. 95-120.

SEBRAE. **Boletim inteligência & tendências de mercado: Negócios de impacto**. Rio Grande do Norte: SEBRAE, 2019. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/Versa%CC%83o%201%20-%20Boletim%20-%20Nego%CC%81cios%20de%20Impacto.pdf>. Acesso em: 12 maio 2020.

SHARIR, M.; LERNER, M. Gauging success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. **Journal of World Business**, [s. l.], v. 41, n. 1, p. 6-20, jan. 2006. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/222363889\\_Gauging\\_the\\_Success\\_of\\_Social\\_Ventures\\_Initiated\\_by\\_Individual\\_Social\\_Entrepreneurs](https://www.researchgate.net/publication/222363889_Gauging_the_Success_of_Social_Ventures_Initiated_by_Individual_Social_Entrepreneurs). Acesso em: 10 jan. 2019.

SPIEGEL, B. The relational organization of entrepreneurial ecosystems. **Entrepreneurship Theory and Practice**, [s. l.], v. 41, n. 1, jan. 2017. Disponível em: [https://www.academia.edu/23413605/The\\_Relational\\_Organization\\_of\\_Entrepreneurial\\_Ecosystem](https://www.academia.edu/23413605/The_Relational_Organization_of_Entrepreneurial_Ecosystem). Acesso em: 12 jul. 2019.

STAM, E. Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic review. Working Papers. **Utrecht School of Economics**, [Utrecht], n. 15-07, jun. 2015. Tjalling C. Koopmans Research Institute. Disponível em: <https://econpapers.repec.org/paper/usetkiwps/1613.htm>. Acesso em: 05 jan. 2020.

STAM, E.; SPIEGEL, B. Entrepreneurial Ecosystems. Working Papers. **Utrecht School of Economics**, [Utrecht], n. 16-13, nov. 2016. Disponível em: <https://econpapers.repec.org/paper/usetkiwps/1613.htm>. Acesso em: 10 fev. 2019.

URBANO, D.; TOLEDANO, N.; SORIANO, D. R. Analysing social entrepreneurship from an institutional perspective: evidence from Spain. **Journal of Social Entrepreneurship**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 54-69, fev. 2010. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/228473186\\_Analyzing\\_Social\\_Entrepreneurship\\_from\\_an\\_Institutional\\_Perspective\\_Evidence\\_from\\_Spain](https://www.researchgate.net/publication/228473186_Analyzing_Social_Entrepreneurship_from_an_Institutional_Perspective_Evidence_from_Spain). Acesso em: 11 jan. 2020.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

YUNUS, M. Social business entrepreneurs are the solution. In: NICHOLLS, Alex (org.). **Social entrepreneurship: new models of sustainable social change**. Oxford: Oxford University Press, 2006.

ZAHRA, S., A.; GEDAJLOVIC, E.; NEUBAUM, D. O.; SHULMAN, J. M. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. **Journal of Business Venture**, [s. l.], v. 24, n. 5, p. 519-532, set. 2009. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902608000529?via%3Dihub>. Acesso em: 11 fev. 2019.

---

<sup>i</sup> O Porto Digital é um parque tecnológico e uma política pública do Governo do Estado de Pernambuco adotada no ano de 2000, com o objetivo de "inserir Pernambuco no cenário tecnológico e inovador do mundo" (PORTO DIGITAL, 20--). Possui atualmente três incubadoras e duas aceleradoras de negócios no Estado.