



**JACIARA MILENA MOREIRA**

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: ANÁLISE DA  
PRODUÇÃO CIENTÍFICA ENTRE 2009 E 2016**

**LAVRAS – MG  
2017**

**JACIARA MILENA MOREIRA**

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: ANÁLISE DA  
PRODUÇÃO CIENTÍFICA ENTRE 2009 E 2016**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Administração Pública, para a obtenção do título de Bacharel.

**Prof. Dr. Dênis Renato de Oliveira**  
**Orientador**

**LAVRAS – MG**  
**2017**

**JACIARA MILENA MOREIRA**

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: ANÁLISE DA PRODUÇÃO  
CIENTÍFICA ENTRE 2009 E 2016**

**SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN BRAZIL: ANALYSIS OF SCIENTIFIC  
PRODUCTION BETWEEN 2009 AND 2016**

Monografia apresentada à Universidade Federal de  
Lavras, como parte das exigências do Curso de  
Administração Pública, para a obtenção do título de  
Bacharel.

APROVADA em \_\_\_\_ de agosto de 2017.

Prof. Dr. \_\_\_\_\_ UFLA

Prof. Dr. \_\_\_\_\_ UFLA

Prof. Dr. \_\_\_\_\_ UFLA

**Prof. Dr. Dênis Renato de Oliveira**  
**Orientador**

**LAVRAS – MG**  
**2017**

## RESUMO

Em resposta as mudanças das últimas décadas, principalmente em decorrência das crises econômicas, atores públicos e privados, de forma organizada ou não, se viram responsáveis por buscar alternativas que auxiliassem na modificação deste cenário. Para tanto, surge o empreendedorismo social como forma criativa e inovadora para ultrapassar as dificuldades. Entretanto, este ainda é considerado como fenômeno recente e em desenvolvimento no campo teórico. Diante disso, o objetivo geral deste trabalho é identificar quais foram os aspectos abordados na produção científica sobre empreendedorismo social no Brasil no período de 2009 a 2016. Nesse sentido, foi realizada uma pesquisa teórica, com investigação bibliográfica, de natureza qualitativa. Como resultados da pesquisa, considerando um conjunto de 18 artigos analisados, observou-se uma predominância de estudos empíricos - estudos de caso - que buscaram identificar em casos práticos de empreendedorismo social, aspectos como: características do empreendedor, utilização de redes sociais em fase inicial de organizações sociais, contribuição para desenvolvimento local, criação de valor social, elementos de gestão e geração de recursos próprios; alinhamento entre os artigos quanto ao entendimento do ES como fenômeno novo, mas que já se mostra com grande potencial na criação de valor social e contribuição para desenvolvimento local; e falta de consenso quanto a conceituação de empreendedorismo social, haja vista que alguns artigos consideram ES como sendo organizações do terceiros setor, outros já o compreenderam como uma variação do empreendedorismo comercial, com foco em questões sociais

**Palavras-chave:** Empreendedorismo social. Administração Pública. Organizações sociais.

## **ABSTRACT**

In the majority of the decades, mainly in the crisis of the economic crises, public and private actors, of organized form or not. For this, social entrepreneurship emerges as a creative and innovative way to overcome difficulties. However, this is still considered as a recent and developing phenomenon in the theoretical field. No period was found from 2009 to 2016. In this sense, a theoretical research was carried out, with qualitative bibliographical research. As a result of the research, considering a set of 18 articles analyzed, there is a predominance of empirical studies - case studies - that sought to be identified in practical cases of social entrepreneurship, such as: characteristics of the entrepreneur, use of early social networks From social associations, contribution to local development, creation of social value, elements of management and generation of own resources; Alignment between the articles regarding the understanding of ES as a new phenomenon, but already shows with great potential in the creation of social value and contribution to local development; And lack of consensus regarding the concept of social entrepreneurship, given that some articles consider ES as third-party organizations, others already existing or as a variation of commercial entrepreneurship, focusing on social aspects

**Keywords:** Social entrepreneurship. Public administration. Social organizations.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1</b>	<b>Empreendedorismo Social .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2</b>	<b>Contornos específicos do Empreendedorismo Social .....</b>	<b>11</b>
<b>2.3</b>	<b>Características do Empreendedor Social .....</b>	<b>14</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>18</b>
<b>3.1</b>	<b>Quanto aos procedimentos.....</b>	<b>19</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>21</b>
<b>4.1</b>	<b>Análise temporal da quantidade de publicações.....</b>	<b>21</b>
<b>4.2</b>	<b>Periódicos .....</b>	<b>22</b>
<b>4.3</b>	<b>Número de autores em cada artigo e Frequência de publicações por autor .....</b>	<b>23</b>
<b>4.4</b>	<b>Tipos de abordagem .....</b>	<b>25</b>
<b>4.5</b>	<b>Frequência de palavras-chave .....</b>	<b>25</b>
<b>4.6</b>	<b>Análise de conteúdo dos artigos .....</b>	<b>26</b>
<b>4.6.1</b>	<b>O primeiro artigo analisado .....</b>	<b>27</b>
<b>4.6.2</b>	<b>O segundo artigo analisado.....</b>	<b>27</b>
<b>4.6.3</b>	<b>O terceiro artigo analisado .....</b>	<b>28</b>
<b>4.6.4</b>	<b>O quarto artigo analisado .....</b>	<b>29</b>
<b>4.6.5</b>	<b>O quinto artigo analisado .....</b>	<b>30</b>
<b>4.6.6</b>	<b>O sexto artigo analisado .....</b>	<b>30</b>
<b>4.6.7</b>	<b>O sétimo artigo analisado .....</b>	<b>31</b>
<b>4.6.8</b>	<b>O oitavo artigo analisado .....</b>	<b>32</b>
<b>4.6.9</b>	<b>O nono artigo analisado .....</b>	<b>33</b>
<b>4.6.10</b>	<b>O décimo artigo analisado .....</b>	<b>33</b>
<b>4.6.11</b>	<b>O décimo primeiro artigo analisado .....</b>	<b>34</b>
<b>4.6.12</b>	<b>O décimo segundo artigo analisado .....</b>	<b>35</b>
<b>4.6.13</b>	<b>O décimo terceiro artigo analisado .....</b>	<b>35</b>
<b>4.6.14</b>	<b>O décimo quarto artigo analisado.....</b>	<b>36</b>
<b>4.6.15</b>	<b>O décimo quinto artigo analisado .....</b>	<b>37</b>
<b>4.6.16</b>	<b>O décimo sexto artigo analisado.....</b>	<b>37</b>
<b>4.6.17</b>	<b>O décimo sétimo artigo analisado .....</b>	<b>38</b>
<b>4.6.18</b>	<b>O décimo oitavo artigo analisado .....</b>	<b>39</b>
<b>4.7</b>	<b>Observações gerais sobre os artigos analisados.....</b>	<b>39</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>41</b>
	<b>REFÊRENCIAS .....</b>	<b>43</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O termo Empreendedorismo Social (ES) se originou em meados da década de 90, quando o Estado se tornou incapaz de resolver os problemas sociais que se intensificaram após o período de redemocratização, mediante a garantia constitucional de direitos. De acordo com informações de Parente et al (2001) o ES se trata de um movimento de "iniciativas da sociedade civil na procura de práticas alternativas que respondam às necessidades sociais não atendidas nem pelo Estado, nem pelo mercado”.

De forma geral, pode-se dizer que a manifestação do fenômeno "empreendedor" ocorre por diversos motivos, seja pela motivação oportunidade ou necessidade<sup>1</sup>, e se manifesta de diferentes maneiras, a depender do contexto organizacional/institucional. Alguns exemplos podem ser tratados, como a reflexão do setor privado (ambiente empresarial) sobre a necessidade de melhoria de processos e criação de valor sobre produtos e/ou serviços; ou a criação de sua própria forma de gerar renda pelos cidadãos, em decorrência do desemprego e necessidade de sobrevivência ou com finalidade de aproveitar uma oportunidade de mercado; e até mesmo a inovação do Estado nas formas de prestação de serviços públicos e otimização dos processos burocrático; etc.

Dentre as múltiplas possibilidades, o “empreendedorismo social" é aquele que ocorre quando o empreendedor tradicional não executa sua atividade somente em função do lucro próprio, mas com objetivo de gerar valor social, promovendo transformações que modifiquem uma realidade que o Estado não consegue ou possui dificuldades em atuar. O objetivo do ES é propor uma interação entre mercado, sociedade e Estado na resolução de questões sociais (MELO; FOES, 2001).

Na atual conjuntura, o ES surge como uma “via promissora” e pode ser compreendida a partir de três perspectivas: (1) como forma de intervenção da sociedade frente a questões que precisam de uma atenção especial, (2) como uma nova oportunidade de emprego e, (3) como uma alternativa para mudança no cenário econômico (SOUZA et al, 2011).

---

<sup>1</sup>Oportunidade e Necessidade são as duas formas de motivação proposta por Global Entrepreneurship Monitor (GEM. 2011, p. 89), as quais levam as pessoas ao empreendedorismo. A primeira se refere à aquela pela qual as pessoas empreendem por identificar uma oportunidade de negócio. Já a segunda, levam as pessoas a empreendem por não terem outra opção de emprego.

Tido como fenômeno capaz de reunir a capacidade de inovação, geração de novas formas de processos de produção, com o atendimento das demandas/necessidades sociais, a temática tem despertado o interesse acadêmico. Mais especificamente, aponta-se para o fato de que o ES auxilie no surgimento e adoção de novas posturas do governo para implementação e avaliação de políticas públicas, levando em consideração a complexidade dos problemas sociais existentes e a capacidade de atuação do Estado em sua prevenção e controle (PARENTE et al, 2011; SOUZA, 2011).

Oliveira (2004) observou que no campo acadêmico a produção científica nacional e internacional sobre o termo é insípida, embora os estudos já realizados demonstrem que o tema está em desenvolvimento. Considerado, portanto, um fenômeno revelado há cerca de 20 anos, o empreendedorismo social ainda necessita de uma maior visibilidade, tanto no campo de atuação, para geração de renda e valor social, como no campo acadêmico.

Nesse sentido, o objetivo geral deste estudo é identificar quais aspectos tem sido abordados na produção científica sobre empreendedorismo social e como objetivos específicos, identificar: (a) quantos e quais artigos foram publicados na base da CAPES entre os anos de 2009 e 2016? (b) Quem são os autores? (c) Quais procedimentos metodológicos têm sido utilizados? (d) Quais periódicos foram mais frequentes? (e) Quais termos mais utilizados nas palavras-chave? (f) Quais periódicos/eventos possuem o maior número de publicação?; (g) quais os objetivos dos estudos e, (h) quais as principais conclusões/contribuições de cada artigo?

Além de permitir uma visão macro sobre os trabalhos já realizados, identificação dos métodos adotados e revelar possibilidades para futuras pesquisas, este trabalho pretende contribuir para o aumento do debate do ES enquanto alternativa para geração de desenvolvimento e crescimento econômico. Isto porque, na prática profissional, é indispensável a leitura sobre a atividade que se desenvolve ou venha a desenvolver para conhecer experiências positivas e negativas já vivenciadas por outros do mesmo ramo.

Para tanto, o trabalho está estruturado em 4 partes. A primeira parte, faremos uma revisão do conceito de empreendedorismo social e algumas características inerentes a este tema. Em seguida, serão abordados aspectos ao tocante da metodologia utilizada, descrevendo o tipo de procedimento e como os dados foram coletados. Na terceira parte, discutimos os resultados obtidos a partir da coleta de dados e análise sistemática. Por fim, concluímos com uma discussão ressaltando quais os direcionamentos mais identificados na pesquisa e sugerindo oportunidades de linhas para futuras pesquisas.



## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Empreendedorismo Social**

Em resposta as mudanças das últimas décadas, principalmente em decorrência das crises econômicas, atores públicos e privados, de forma organizada ou não, se viram responsáveis por buscar alternativas que auxiliassem na modificação deste cenário. Na concepção de Cruz e Cardoso (2012) o empreendedorismo é entendido como uma forma criativa e inovadora para ultrapassar as dificuldades. Esta inovação pode ser observada tanto para aumentar a produtividade, quando referenciadas as relações de mercado, como na geração de valor social, quando compreendida no setor público.

Segundo Souza et al (2011), o ES pode ser considerado um fenômeno ainda em desenvolvimento, mas com capacidade de promover a qualidade de vida, o desenvolvimento humano e as respostas para "necessidades de transformação social e desenvolvimento sustentável". Para tanto, dimensões próprias do empreendedorismo privado, como: oportunidade, inovação, valores, desenvolvimento entre outras "se revestem de significados com sentidos mais justos e humanos".

Por entender que o empreendedorismo social, ao ser tratado como "uma promessa de impacto e mudança sociais duradouros, que surge mais informada e adaptada aos desafios sociais que se colocam no séc. XXI" (PARENTE et al, 2011), é que se justifica um interesse em ser estudado tanto no âmbito acadêmico, da política e de mídias. Este interesse pode também demonstrar uma valorização de ações sustentáveis, inovação e oportunidade (BAGGENSTOSS e DONADONE, 2013). Mas cabe ressaltar que apesar do interesse acadêmico, ainda é considerado pequeno o número de publicações sobre o tema, principalmente porque não é consensual o seu entendimento conceitual.

Segundo pesquisa realizada por Oliveira (2004), ainda que a produção científica seja tímida, o ES já tem suas "características teóricas, metodológicas e estratégicas próprias, sinalizando diferenças entre uma gestão social tradicional e uma empreendedora". Os Quadros 1 e 2 apresentam as diferentes abordagens conceituais encontradas na literatura nacional e internacional sobre ES.

Quadro 1 - Conceitos sobre ES - visão internacional.

<b>Organização</b>	<b>Entendimento</b>
School Social Entrepreneurship - SSE, Uk-Reino Unido	"É alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de ganhar dinheiro. Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais, públicos, voluntários e comunitários [...] Empreendedores sociais nunca dizem 'não pode ser feito'."
Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE, Canadá	"Um empreendedor social vem de qualquer setor, com as características de empresários tradicionais de visão, criatividade e determinação, e empregam e focalizam na inovação social [...] Indivíduos que [...] combinam seu pragmatismo com habilidades profissionais, perspicácias."
Foud Schwab, Suíça	"São agentes de intercambiação da sociedade por meio de: proposta de criação de idéias úteis para resolver problemas sociais, combinando práticas e conhecimentos de inovação, criando assim novos procedimentos e serviços; criação de parcerias e formas/meios de auto-sustentabilidade dos projetos; transformação das comunidades graças às associações estratégicas; utilização de enfoques baseados no mercado para resolver os problemas sociais; identificação de novos mercados e oportunidades para financiar uma missão social. [...] características comuns aos empreendedores sociais: apontam idéias inovadoras e vêem oportunidades onde outros não vêem nada; combinam risco e valor com critério e sabedoria; estão acostumados a resolver problemas concretos, são visionários com sentido prático, cuja motivação é a melhoria de vida das pessoas, e trabalham 24 horas do dia para conseguir seu objetivo social."
The Institute Social Entrepreneurs - ISE, EUA	"Empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado sem perder de vista sua missão (social) e são orientados por um duplo propósito: empreender programas que funcionem e estejam disponíveis às pessoas (o empreendedorismo social é base nas competências de uma organização), tornando-as menos dependentes do governo e da caridade."
Ashoka, Estados Unidos	"Os empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade. São inovadores sociais que deixarão sua marca na história."
Erwing Marion, Kauffman Foundation	"Empreendimentos sem fins lucrativos são o reconhecimento de oportunidade de cumprimento de uma missão para criar e sustentar um valor social, sem se ater exclusivamente aos recursos."

Fonte: Oliveira (2004).

Quadro 2 - Conceitos sobre ES - visão nacional.

Autor	Conceito
Leite (2002)	“O empreendedor social é uma das espécies do gênero dos empreendedores. [...] São empreendedores com uma missão social, que é sempre central e explícita.”
Ashoka Empreendedores Sociais e Mackisey e Cia. INC (2001)	“Os empreendedores sociais possuem características distintas dos empreendedores de negócios. Eles criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Alguns dos fundamentos básicos do empreendedorismo social estão diretamente ligados ao empreendedor social, destacando-se a sinceridade, paixão pelo que faz, clareza, confiança pessoal, valores centralizados, boa vontade de planejamento, capacidade de sonhar e uma habilidade para o imprevisto.”
Melo Neto e Froes (2001)	“Quando falamos de empreendedorismo social, estamos buscando um novo paradigma. O objetivo não é mais o negócio do negócio [...] trata-se, sim, do negócio do social, que tem na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado, a sua estratégia.”
Rao (2002)	“Empreendedores sociais, indivíduos que desejam colocar suas experiências organizacionais e empresariais mais para ajudar os outros do que para ganhar dinheiro.”
Rouere e Pádua (2001)	“Constituem a contribuição efetiva de empreendedores sociais inovadores cujo protagonismo na área social produz desenvolvimento sustentável, qualidade de vida e mudança de paradigma de atuação em benefício de comunidades menos privilegiadas.”

Fonte: Oliveira (2004).

A partir das informações dos quadros acima, fica evidenciada uma ênfase maior na discussão conceitual do empreendedorismo social que sobre a atividade em si. Para a School Social Entrepreneurship (SSE) e Leite (2002) o empreendedor social trabalha com foco na busca do benefício social. Já a Canadian Center Social Entrepreneurship (CCSE), o FoudSchwab, a Ashoka Empreendedores Sociais e Mackisey e Cia. INC (2001) e os autores Rouere e Pádua (2001) destacam que a presença de aspectos como a inovação, criatividade e experiência são fatores importantes para a criação de valor social. Sobre a atividade, somente a Erwing Marion, a Kauffman Foundation e os autores Melo Neto e Froes (2001) conceituam o ES. Na visão destes, trata-se de uma espécie de empreendimento voltado não para geração de lucro aos acionistas, mas uma alternativa para impulsionar o desenvolvimento social.

Após comparação e verificação de similaridade entre as duas visões – nacional e internacional – sobre o ES, Oliveira (2004) afirma que esta se refere a “uma ação inovadora voltada para o campo social cujo processo se inicia com a observação de determinada situação-problema local, para a qual se procura, em seguida, elaborar uma alternativa de enfrentamento”.

Oliveira (2004) como citado acima, além de definir o empreendedorismo social na sua forma positiva, ou seja, o que ele é, também o fez em sua forma negativa, o que não é o ES. Para tanto, o autor escreve,

O empreendedorismo social **não é** responsabilidade social empresarial, pois esta supõe um conjunto organizado e devidamente planejado de ações internas e externas, e uma definição centrada na missão e atividade da empresa, ante as necessidades da comunidade. **Não é** uma profissão, pois não é legalmente constituída, não havendo formação universitária ou técnica, nem conselho regulador e código de ética profissional legalizado; **não é** também uma organização social que produz e gera receitas, a partir da venda de produtos e serviços, e **muito menos é** representado por um empresário que investe no campo social, o que está mais próximo da responsabilidade social empresarial. (OLIVEIRA, 2004 - grifo do autor)

Sobre a produção científica do tema aqui discutido, Oliveira (2004) constatou em sua pesquisa que os conceitos tratados por outros pesquisadores havia uma separação ao se tratar da atividade de empreendedorismo social e do sujeito que exerce o papel de empreendedor social. Nesta separação, observou-se que o peso maior se concentrava no sujeito, o que leva a entender uma maior preocupação em caracterizar o sujeito do que propriamente buscar uma conceituação sobre a atividade e suas implicações na sociedade.

Para tanto, nos dois próximos tópicos serão apresentados como estas duas distinções de conceituação dentro do empreendedorismo social tem sido tratado pelos pesquisadores.

## **2.2 Contornos específicos do Empreendedorismo Social**

Ainda que a produção científica acerca do empreendedorismo social seja recente, os contornos específicos que o distingue do empreendedorismo tradicional podem ser percebidos em características singulares. A respeito da diferenciação entre estes dois tipos de empreendedorismo, Parente (2011) destaca que “a apropriação do conceito de empreendedorismo pelo empreendedorismo social prende-se coma migração de características associadas àquele num espaço cuja finalidade não é a da acumulação da riqueza ou lucro”

No Quadro 3, Melo Neto e Froes (2002, p.11) apresentam algumas características que diferenciam o empreendedorismo tradicional do empreendedorismo social.

Quadro 3 – Comparação entre empreendedorismo privado e social.

<b>Empreendedorismo Privado</b>	<b>Empreendedorismo social</b>
É individual	É coletivo
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para a comunidade
Foco no mercado	Foco na busca de soluções para os problemas sociais
Sua medida de desempenho é o lucro	Sua medida de desempenho é o impacto social
Visa satisfazer as necessidades dos clientes ampliar as potencialidades do negocio	Visa resgatar pessoas da situação de risco social e promove-las

Fonte: Melo Neto e Froes (2002, p.11).

A comparação realizada pelos autores chama a atenção para o significado da comunidade como figura central no desenvolvimento da atividade. Ela está presente desde a escolha do problema social a ser trabalhado (atividade com visão no coletivo) até a mensuração dos resultados (o impacto social gerado para a comunidade destinada).

Sobre a atividade de empreendedorismo social, Oliveira (2004) explica que para ser considerada como tal, a atividade precisa contemplar algumas características e passos fundamentais, os quais ele relaciona como:

1.º ser inovadora; 2.º ser realizável; 3.º ser autosustentável; 4.º envolver várias pessoas e segmentos da sociedade, principalmente a população atendida; 5.º provocar impacto social e permitir que seus resultados possam ser avaliados. Os passos seguintes são: colocar essa ideia em prática, institucionalizar e gerar um momento de maturação até que seja possível a sua multiplicação por outras localidades, criando, assim, um processo de rede de atendimento ou de franquia social, até se tornar política pública. (OLIVEIRA, 2004)

Autores como Dess (2001), Baggenstosse Donadone (2013), Mairand Marti (2004), Vale (2004), compreendem o empreendedorismo social como atividade executada com ferramentas de gestão adequadas, utilizando soluções inovadoras em busca de criação de valor social para aproveitar oportunidades e satisfazer necessidades que emanam da sociedade de forma sustentável e efetiva.

Corroborando com a definição do que vem a ser a atividade, Oliveira (2004) apresenta alguns termos para designar atividade de empreendedorismo social, qual o seu papel e objetivos na sociedade a qual se pretende realizar a mudança social (QUADRO 4).

Quadro 4 – Termos para designar a atividade de ES, seu papel e objetivo.

<b>Termos para Designar a atividade</b>	<b>Papel</b>	<b>Objetivos</b>
Uma nova racionalidade de gestão da vida humana	Gerar valor social;	Elaborar idéia inovadora para transformação social;
Uma espécie do gênero do empreendedorismo	São agentes de intercambiação e integração da comunidade;	Nunca dizem não é possível;
É um paradigma de transformação social da realidade	Geramponderamento, emancipação social, desenvolvimento humano e capital social;	Ser persistente;
Gera valor social em suas ações	Integração entre os três setores;	Correr riscos calculados;
Procura o desenvolvimento sustentável e mudança social	Influência na elaboração de políticas públicas;	Conscientizar da população;
É uma nova profissão	Aplica lógica de mercado para resolução de problemas sociais;	Ajudar as pessoas;
	Atua com o protagonista para o desenvolvimento social;	Desenvolver a sociedade;
	São atores sociais;	Implantar ações auto-sustentáveis nas organizações sociais;
	Intermediador.	Melhorar a qualidade de vida, o bemestar social e exercício da cidadania;
		Resolver problemas sociais;
		Estabelecer condições de garantir a democracia, justiça social, e resolver os problemas sociais;
		Gerar novos procedimentos e estratégias de gestão social;
		Ver oportunidade onde outros não vêem;
		Ver solução em lugar de problemas;
		Resolver problemas concretos;
		Nunca dizer não pode ser feito;
		Focalizar a ação social;
		Não ter medo de errar ou de se ariscar;
		Mover e integrar setores e recursos e envolver parceiros para os seus objetivos;

Fonte: Adaptado de Oliveira (2004).

Estas características, apresentadas no quadro acima, somadas as demais já mencionadas mostram objetivos gerais e específicos da atividade e o público alvo que será beneficiado com o impacto social. Entretanto, não deixa evidente por que meios serão

realizadas. Neste aspecto, Dees (2001) coloca que mais do que uma atividade sem fins lucrativos, a qual geralmente o ES está associado, também é possível que atividades lucrativas ou híbridas também sejam classificadas como tipo de empreendedorismo social. Exemplos de atividade lucrativa seria um banco de desenvolvimento comunitário e híbrida, aquela que contemple apoio social e geração de renda para determinado grupo de pessoas (casa de recuperação para dependentes químicos que desenvolva alguma atividade para formação e geração de renda aos dependentes).

### **2.3 Características do Empreendedor Social**

Com relação aos gestores, empreendedores sociais diferentemente dos empreendedores tradicionais concentram suas ações e arriscam em prol dos sujeitos a quem sua organização serve. Já o tradicional trabalha se arrisca a fim de alcançar benefícios próprios ou para sua organização (BRINCKERHOFF, 2000, p.1 apud SILVA, 2009).

Parente (2013) por meio de pesquisas com empreendedores sociais entende que este se concebe como “alguém que identifica os problemas sociais de uma dada comunidade e que coloca um conjunto diversificado de competências ao seu serviço”. Estas competências referem-se à capacidade de articular diversos atores com objetivo comum, de ter conhecimento suficiente quanto a questões de gestão e “se torna um líder de equipes de trabalho e num ator reflexivo da organização por si criada e/ou gerida”.

Segundo Vieira e Gauthier (2000 apud DAVID, 2004) os empreendedores sociais se caracterizam por criarem “valores sociais através da inovação e da força de recursos financeiros, independente da sua origem, visando o desenvolvimento social, econômico e comunitário”. Trabalham o fator da inovação para criar ou modificar algo em virtude de solucionar problemas sociais, aos quais os incomodam ao ponto de não conseguirem parar até que algo seja mudado naquela realidade.

Nesse sentido, Silva (2009) em pesquisa sobre alguns pontos que diferenciavam os empreendedores sociais dos tradicionais, reuniu algumas características como se pode observar no Quadro 5.

Quadro 5 – Características dos empreendedores sociais.

<b>Características / Habilidades</b>	<b>Referência</b>
Cooperativos, visão social, habilidade de comunicação, empáticos, criatividade na solução de problemas reais, forte fibra ética, pragmáticos.	Johnson (2000)
Sinceros, paixão, clareza, confiança pessoal e organizacional, planejamento, habilidade para improviso.	Boschee (2008)
Criativos, líderes.	Melo Neto e Froes (2002)
Inovadores, arrojados, transparentes.	Dees (1998)

Fonte: Silva (2009).

Diante destas características percebe-se que o empreendedor social vai além ter capacitação técnica para gerir organizações, mas precisa ser movido por sentimentos internos. Casaqui (2015) acredita que o engajamento de um empreendedor social “oscila entre a visão positiva e utópica da mudança e a louvação à eficácia empreendedora” mediante as questões sociais existentes na conjuntura atual.

Oliveira (2004) em sua pesquisa buscou refletir sobre o empreendedorismo social e para tanto, sintetizou informações notáveis na figura do principal agente desta atividade, o empreendedor social (QUADRO 6).

Quadro 6 – Termos para designar o sujeito da atividade em empreendedorismo social.

<b>O (A) EMPREENDEDOR (A) SOCIAL</b>
Uma pessoa que cria valores, tem desejo de mudança
São pessoas inovadoras, buscam a sustentabilidade
Vêm oportunidades, para gerar mudança através da inovação
É um ser, um agente de intercambiação
Uma pessoa
Uma espécie rara de líder
Tem espírito empreendedor privado para resolver problemas sociais
São pessoas que geram novos processos
Tornam sonhos em realidade
Nunca dizem não é possível
Pessoa que conhece os problemas sociais
É uma pessoa que não se limita as suas ações com a falta de recursos
Alguém que trabalha de modo empresarial para obter resultados sociais significativos

Fonte: Oliveira (2004).



Estes termos para designar o agente, demonstram a necessidade da pessoa contemplar se não todas, mas algumas das principais características como a de ser criativa, inovadora, que conseguem enxergar oportunidades, sensibilidades para problemas sociais e que exerce a liderança obstinada direcionando processos e recursos de forma eficiente, principalmente em momentos de recursos limitados.

Somado aos termos designatórios, de acordo com Oliveira (2004) o empreendedor social, para assim ser identificado necessita ter características desejáveis. No Quadro 7 estas características são divididas pelo autor em quatro partes: habilidades, competência, conhecimento e postura.

Quadro 7 – Perfil do empreendedor social.

<b>Conhecimento</b>	<b>Habilidades</b>	<b>Competência</b>	<b>Postura</b>
Saber aproveitar as oportunidades;	Ter visão clara;	Ser visionário;	Ser inconformado e indignado com a injustiça e desigualdade;
ter competência gerencial;	ter iniciativa;	ter senso de responsabilidade;	ser determinado;
ser pragmático responsável;	ser equilibrado;	ter senso de solidariedade;	ser engajado;
saber trabalhar de modo empresarial para resolver	participativo;	ser sensível com os problemas sociais;	ser comprometido e leal;
	saber trabalhar em equipe;	ser persistente;	ser ético;
	saber negociar;	ser consciente,	ser profissional;
	saber pensar e agir estrategicamente;	ser competente;	ser transparente;
	ser perceptivo e atento aos detalhes;	saber usar forças latentes e regenerar forças pouco usadas;	ser apaixonado pelo que faz (campo social).
	ser ágil;	saber correr riscos calculados;	
	ser criativo;	saber integrar vários atores em torno dos mesmos objetivos;	
	ser crítico;	saber interagir com diversos seguimentos e interesses dos diversos setores da sociedade;	
	ser flexível;	saber improvisar;	
	ser focado;	ser líder.	
	ser habilidoso;		
	ser inovador		
	ser inteligente;		
	ser objetivo;		

Fonte:

Oliveira (2004).

O conhecimento necessário está relacionado a capacitação profissional e experiências já vivenciadas no ambiente de trabalho e imersão em questões sociais, já no campo habilidades, competências e postura estão características de alinhadas ao perfil do empreendedor que pode ser nato ou até mesmo aprender. Nesse mesmo sentido, Dess (2001) em seu trabalho destaca algumas outras características presentes no sujeito do ES, como: necessidade de estabelecer missão com intuito de gerar valor social; empenho contínuo; ânimo para encontrar alternativas na presença de recursos limitados e ser transparente na prestação de contas tanto de recursos recebidos quanto dos resultados alcançados.

Para tanto, o empreendedor pode ser considerado um indivíduo fundamental no fenômeno do empreendedorismo social. Seja por viabilizar processos, usar da criatividade, mobilizar pessoas, organizações e Estado, propor soluções sustentáveis, entre outras, se sensibiliza para questões que não sejam simplesmente individuais, mas de uma coletividade.

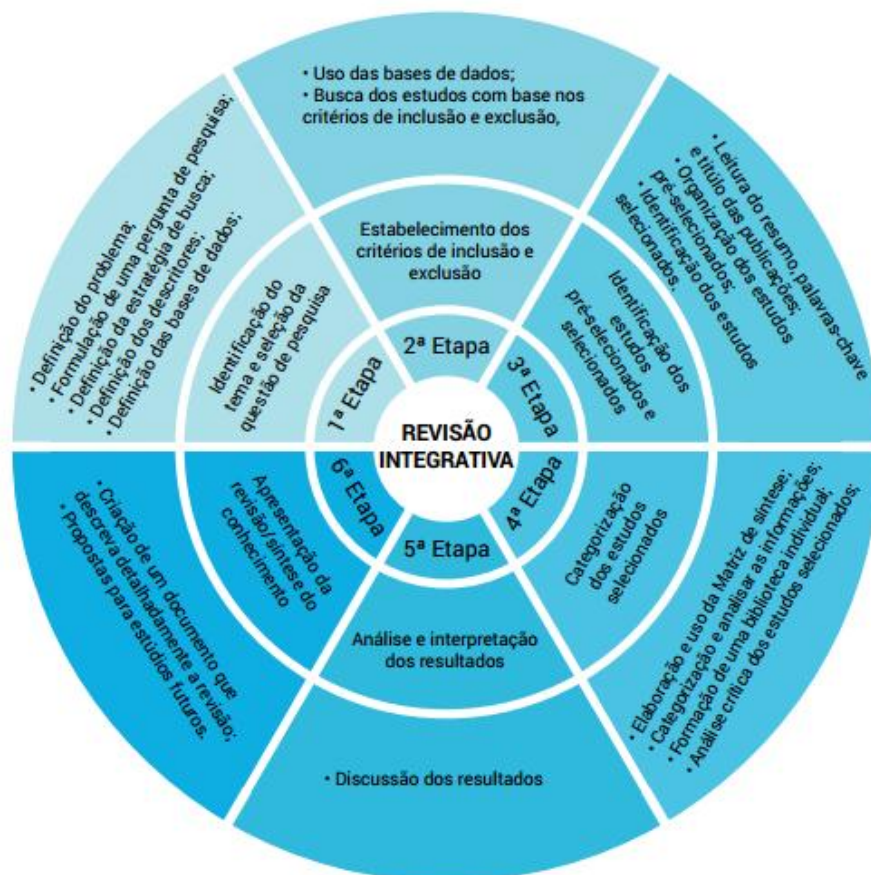
Observa-se por fim que o empreendedor social, em um cenário onde “capitalismo globalizado gera um grande paradoxo, produz riqueza e pobreza, obstaculiza políticas sociais” (OLIVEIRA, 2004) é peça fundamental para que o processo de geração de valor e mudança ocorra de forma eficiente.

### 3 METODOLOGIA

Este trabalho é uma pesquisa classificada quanto os fins como exploratória. Segundo Gil (1987) este tipo de estudo tem o intuito de descrever características de determinada população ou fenômeno, mas não se compromete em explicá-los. No que se refere ao embasamento, considera-se como teórica. Quanto aos meios de investigação, caracteriza-se como bibliográfica e de natureza qualitativa, desenvolvida em rede eletrônica (VERGARA, 2006).

Para o delineamento da pesquisa optou-se por realizar pesquisa bibliográfica a partir de material disponibilizado por uma base de dados online, utilizando-se do procedimento segmentado sugerido por Botelho et al (2011). Vale destacar que algumas modificações foram realizadas em relação ao modelo original para que se adequasse os caminhos aos objetivos desta pesquisa. O procedimento sugerido é composto por 6 etapas conforme pode ser observado na Figura 1.

Figura 1 - Processo de revisão integrativa.



Fonte: Botelho et al (2011).

### 3.1 Quanto aos procedimentos

Na primeira etapa da pesquisa foi escolhido o tema de "Empreendedorismo Social" que apesar de já conhecido como forma de atuação na mudança rumo ao desenvolvimento do país, ainda no campo científico necessita de maior exploração acerca das variações presentes e apontar para possíveis novas oportunidades de conhecimento.

A segunda etapa deste trabalho se deu pela busca de trabalhos acadêmicos publicados entre os anos 2009 a 2016, limitados por critérios de inclusão e exclusão primários (explicados no Quadro 8) usando a base de dados disponibilizada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) por entender que esta congrega grande número de publicações nacionais e por ter reconhecimento no meio acadêmico. Esta etapa se deu por meio de inserção do termo "Empreendedorismo Social", no campo de busca avançada da plataforma e selecionado as opções "é exato" no título "or" no assunto e no campo data inicial foi selecionado 01/01/2009 e data final 31/12/2016. Desta etapa resultaram 62 artigos, que após passar pelo filtro de revisão por pares, contabilizaram 31 artigos.

QUADRO 8 – Critérios de inclusão e exclusão dos textos na revisão sistemática integrativa

<b>CRITÉRIOS DE INCLUSÃO</b>	<b>CRITÉRIOS DE EXCLUSÃO</b>
Conter o conjunto de palavras "empreendedorismo social" no título, assunto, e/ou palavras chaves	Conter somente a palavras empreendedorismo, sem ter relação com a questão social
Ter sido publicado entre os anos de 2009 a 2016	Ter sido publicado em anos anteriores a 2009 e posteriores a 2016
Ser produção científica com base em estudos nacionais, ou que englobem o Brasil	Ser produção científica cujo foco foram países que não contemple o Brasil
Ter sido revisados por pares	Não ter sido revisado por pares

Fonte: Elaborado pela autora.

Já na terceira e quarta etapa, foi realizado o trabalho de leitura dos títulos, resumos e palavras chaves, refinando mais uma vez os resultados encontrados. Dos 31 artigos, somente 18 estavam alinhados com os critérios de inclusão (já considerando a exclusão dos trabalhos repetidos, que foram publicados em mais de um periódico). Posteriormente (quarta etapa) os trabalhos foram agrupados em uma tabela contendo seus dados e características.

Nas etapas 5 e 6, foram realizadas as leituras integrais dos trabalhos, para análise e interpretação dos resultados, discutindo os pontos mais relevantes para o tema e problema de

pesquisa. Após, apresenta-se a revisão dos resultados obtidos indicando aos leitores a contribuição desta pesquisa e possíveis sugestões para incremento e expansão do conhecimento acerca do empreendedorismo social tanto na área científica como para execução da atividade.

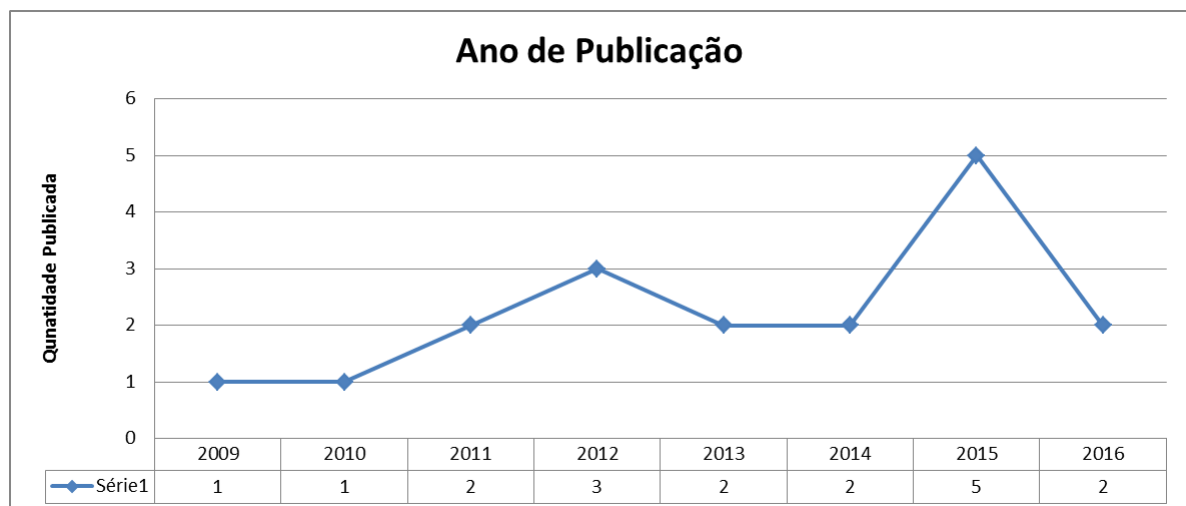
## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme proposto, este estudo tem por objetivo analisar na produção científica quais os aspectos mais abordados sobre o tema de empreendedorismo social no Brasil. Para tanto, neste capítulo serão apresentados e analisados os resultados obtidos por meio da pesquisa bibliográfica.

### 4.1 Análise temporal da quantidade de publicações

O período investigado compreende os anos 2009 a 2016, sendo no Gráfico 1 onde demonstramos a distribuição dos artigos publicados durante o período.

Gráfico 1 - Análise da produção científica segundo o ano de publicação



Fonte: Resultados da pesquisa.

Observa-se pelo gráfico que no ano de 2009 teve uma publicação, seguido de 2010 também como o mesmo número de publicação. Já em 2011, inicia-se um aumento no número de publicações com duas e 2012 este número aumentou para três publicações. Em 2013 e 2014 houve uma queda no número, passando para duas publicações em cada um dos anos. No ano seguinte, 2015 foi constatado o ápice de publicação de artigos sobre o tema empreendedorismo social, quando foram publicados cinco artigos. Entretanto, no ano seguinte a frequência caiu para somente dois artigos publicados.

Nota-se que o número de publicações não segue uma constância linear ao longo dos anos, mas que o destaque fica para os quatro últimos anos (2013-2016) com onze artigos (61% do total de artigos) publicados. Ou seja, mais da metade dos artigos publicados foram nestes anos.

## 4.2 Periódicos

Ao observar os 15 periódicos nos quais estão publicados os 18 artigos que tratam sobre o tema de empreendedorismo social, foi possível identificar aqueles mais representativos quanto ao número de publicações de artigos, conforme demonstrado a seguir (QUADRO 9).

Quadro 9 – Periódicos com artigos publicados sobre empreendedorismo social (2000/2016)

Periódicos	Frequência	Percentual
Dimensión empresarial	2	11%
Revista de Administração	2	11%
Revista de Ciências da Administração	2	11%
Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão	1	6%
Eptic online: revista electronica internacional de economia política da informação, da comunicação e	1	6%
Field Actions Science Reports	1	6%
International Journal of Innovation: IJI Journal	1	6%
Revista de Administração Mackenzie	1	6%
Revista de Administração Pública	1	6%
Revista de Gestão Social e Ambiental	1	6%
Revista gaucha de enfermagem	1	6%
Revista Gestão & Tecnologia	1	6%
Teoria e Prática em Administração (TPA)	1	6%
Tourism & Management Studies	1	6%
Universitas humanística	1	6%
<b>Total Geral</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fonte: Resultados da pesquisa.

Identificou-se que cerca de 33% dos artigos estão publicados somente em 3 periódicos, a saber, a *Dimensión Empresarial*, *Revista de Administração* e *Revista de Ciências da Administração* com dois artigos publicados cada. Ao observar os dois artigos publicados na *Dimensión Empresarial*, os anos de publicação foram 2011 e 2013. Já a *Revista de Administração*, todos os artigos foram publicados em 2012. E na *Revista de Ciências da Administração* com publicações em 2011 e 2015. Os demais periódicos, apesar de em termos

quantitativos na relação (67% do total de artigos), somente contaram com uma publicação durante o período pesquisado.

#### 4.3 Número de autores em cada artigo e Frequência de publicações por autor

No que se refere ao número de autores por artigos, verificou-se que não existe de um equilíbrio, como mostra o Quadro 10. Percebe-se que o número de artigos escritos por três autores – 9 artigos – é substancialmente superior aos artigos publicados por dois ou um autor – 5 e 2 artigos respectivamente. O Quadro mostra também artigos publicados por quatro e cinco autores, considerando somente 1 artigo para cada.

Quadro 10 – Distribuição dos artigos publicados pelo número de autores, (2000/2016)

<b>Número de Autores</b>	<b>Quantidade de artigos</b>	<b>Percentual</b>
3 autores	9	50%
2 autores	5	28%
1 autor	2	11%
4 autores	1	6%
5 autores	1	6%
<b>Total Geral</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fonte: Resultados da pesquisa.

Ainda sobre o aspecto autores, dos 45 com trabalhos publicados no conjunto de 18 artigos pesquisados, somente dois se destacam quanto à frequência de publicação (QUADRO 11). São eles, Edileusa Dodói de Sousa, frequência de três artigos publicados nos anos 2011-2012-2013e Vander Casaqui, com 2 artigos publicados, nos anos 2015-2016. Observa-se que os dois autores publicaram em anos sequenciais, o que demonstra uma continuidade e interesse sobre o tema empreendedorismo social.



Quadro 11 – Frequência de publicações por autor

<b>Autores</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Edileusa Godói-De-Sousa	3	6%
Vander Casaqüi	2	4%
Alacoque Lorenzini Erdmann	1	2%
Ana Augusta Ferreira De Freitas	1	2%
André Luis Centofante Alves	1	2%
Angelina Sinato	1	2%
Angelo Antônio Martins	1	2%
Antonia Lais Costa Araújo Leal	1	2%
Antonio Carvalho Neto	1	2%
Antonio Dos Santos-Silva	1	2%
Carlos Antônio Cardoso Sobrinho	1	2%
Cristiane Maria Oliveira Mendonça	1	2%
Diana De Castro	1	2%
Dirce Stein Backes	1	2%
Eloisio Moulin De Souza	1	2%
Francisco Antônio Barbosa Vidal	1	2%
Francisco Sobreira Netto	1	2%
Gilberto De Oliveira Moritz	1	2%
Henrique Cordeiro Martins	1	2%
Howard Stevenson	1	2%
Ibsen Mateus Bittencourt	1	2%
Iracema Quintino Faria	1	2%
James Austin	1	2%
Jane Wei-Skillern	1	2%
Janette Brunstein	1	2%
Laysce Rocha De Moura	1	2%
Luciano Antonio Prates Junqueira	1	2%
Magali Geovana Ramlow Campelli	1	2%
Maria De Fátima Da Silva	1	2%
Maria Raquel Caixeta Gandolfi	1	2%
Maria Vilma Coelho Moreira	1	2%
Miriam De Castro Possas	1	2%
Myriam Eugênia Ramalho Prata Barbejat	1	2%
Nelson Casarotto Filho	1	2%
Paulo Henrique Martins Desidério	1	2%
Peterson Elizandro Gandolfi	1	2%
Raimundo Eduardo Silveira Fontenele	1	2%
Ricardo De Sena Abrahão	1	2%
Rivanda Meira Teixeira	1	2%
Rodrigo Kuyumjian	1	2%
Rodrigo Oliveira Miranda	1	2%
Rosa Maria Fischer	1	2%
Rúbia Oliveira Corrêa	1	2%
Serafim Firmo De Souza Ferraz	1	2%
Sérgio Robert De Sant'anna	1	2%
<b>Total Geral</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fonte: Resultados da pesquisa.

#### 4.4 Tipos de abordagem

Os artigos também foram analisados quanto ao tipo de abordagem utilizada, as quais foram classificadas como: Abordagem Qualitativa, Abordagem Quantitativa ou uma Abordagem Mista (quali-quant). Para tanto o Quadro 12 apresenta um resumo da frequência destas abordagens no conjunto de 18 artigos pesquisados.

Quadro 12 – Abordagens de pesquisa utilizadas nos artigos empíricos analisados

<b>Abordagem</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Qualitativa	13	72%
Quantitativa	3	17%
Mista	2	11%
<b>Total Geral</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fonte: Resultados da pesquisa.

Através destes dados, pode-se perceber que o destaque fica a cargo das pesquisas com abordagem Qualitativa apresentando uma frequência de 13 (72% do total de artigos). Ou seja, uma predominância na abordagem que toma como princípio o foco na interpretação em detrimento da quantificação, processo de pesquisa flexível e maior interesse pelo processo aos resultados (SYMON; CASSELL, 2012; GODOY, 1995). A abordagem Quantitativa, a qual defende a forma de análise objetiva e resultados generalizados (HAYATI; KARAMI; SLEE, 2006), apresenta uma frequência de 3 (17% do total de artigos), seguido da abordagem mista, com uma frequência de 2 (11% do total dos artigos).

#### 4.5 Frequência de palavras-chave

Considerado outro aspecto relevante para compressão do estudo bibliográfico, as palavras-chave podem demonstrar uma relação entre as pesquisas. Para tanto, foram agrupados os termos utilizados nas palavras-chaves dos 18 artigos pesquisados e se encontrou uma diversidade, somando 85 palavras no total, conforme listados no Quadro 13.

Quadro 13 – Frequência de palavras-chave

<b>Palavras-chave</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentual</b>
Empreendedorismo Social	16	19%
Organizações não governamentais	3	4%
Terceiro Setor	3	4%
Business	2	2%
Cultura Empreendedora	2	2%
Negócios sociais	2	2%
Transformação social	2	2%
Demais palavras que repetiram somente 1	55	65%
<b>Total Geral</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

Fonte: Resultados da pesquisa.

Segundo o Quadro acima, a palavra-chave que mais aparece nos artigos pesquisados é “empreendedorismo social” representando 19% do total, em seguida a palavras –chave “terceiro setor” e “organizações não governamentais” com 3% cada uma. Representando 2% cada do total, aparecem “business”, “cultura empreendedora” e “negócios sociais”. E com a somatória de 65% do total, palavras-chave que parecem somente uma vez no conjunto de 18 artigos pesquisados. Nota-se que o termo utilizado para caracterizar o tema é o que mais aparece, seguido de termos que remetem o terceiro setor. Entretanto, o que chama atenção são as palavras que não repetem, pois podem caracterizar uma distanciação entre os assuntos estudados nos trabalhos.

#### **4.6 Análise de conteúdo dos artigos**

A fim de conhecer com maior profundidade os artigos pesquisados e considerando o número pequeno de artigos encontrados, nesta seção iremos apresentar uma análise de conteúdo, descrevendo cada artigo por meios dos tópicos: (a) apresentação do nome, autores, periódico e ano de publicação; (b) objetivo do estudo; (c) definição de empreendedorismo social compreendida no artigo (com base no referencial teórico); e (d) principais conclusões e contribuições do artigo. Esta análise segue a ordem como foram apresentados na pesquisa no site da Capes.

#### **4.6.1 O primeiro artigo analisado**

O primeiro artigo analisado tem por título “Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências”, publicado na Revista de Ciências da Administração em 2011, sendo escrito por Magali Geovana Ramlow Campelli, Nelson Casarotto Filho, Myriam Eugênia Ramalho Prata Barbejat e Gilberto De Oliveira Moritz. Trata-se de um estudo empírico (estudo de caso).

Seu objetivo foi apresentar conceitos e características do empreendedor e quais fatores devem ser observados para se atingir o sucesso nos negócios, baseado na análise de desempenho do programa Empretec no Brasil e os resultados produzidos pela pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor – GEM.

O estudo compreende empreendedorismo social como atividade coletiva que produz bens e serviços para comunidade na busca de resolução de problemas sociais, podendo seu desempenho ser mensurado pelo impacto refletido na sociedade. Para tanto, as características que esta atividade apresenta são: atividade com foco na geração de valor social; processos inovadores; busca por novas oportunidades em meio ao desafio de recursos limitados e responsabilidade perante o público alvo.

Os autores ressaltam que o empreendedorismo social, se destaca no início do Séc. XXI como forma de empreendedorismo voltada às questões – sociais – que até então não vinham sendo contempladas. Esta nova forma de empreender, considera novos horizontes rompendo a bolha da área de negócios geradora de lucro e entrando no cenário de alternativas para modificação da realidade de desigualdade social. Por fim, destacam que por ser considerada a atividade empreendedora uma forma de equilíbrio entre grande, médias e pequenas empresas, demandam esforços conjuntos do setor público, privado e terceiro setor.

#### **4.6.2 O segundo artigo analisado**

O segundo artigo analisado tem por título “Redes Sociais Empreendedoras para Obtenção de Recursos e Legitimação Organizacional: estudo de casos múltiplos com empreendedores sociais”, publicado na Revista de Administração Mackenzie no ano de 2015, sendo escrito por Rúbia Oliveira Corrêa e Rivanda Meira Teixeira. Trata-se de um estudo empírico (estudo de caso).

Seu objetivo é analisar de que forma empreendedores sociais utilizavam de suas redes sociais para obtenção de recursos e legitimar seu negócio na fase inicial do mesmo. Para tanto, buscou identificar os laços sociais, levantar os critérios de legitimação organizacional e indicar os recursos mobilizados por meio das redes de relacionamento.

Empreendedorismo social no artigo é tido como uma nova formulação do empreendedorismo privado, com foco nas questões sociais. Mostra-se como recente, com discussões posteriores o ano 2000 e considerado um fenômeno importante na economia. Na literatura é defendido como filantropia por uns e descaracterizado para este fim por outros, mas entra no consenso e contém as características de promoção do desenvolvimento social e criação de valor social para sociedade.

O estudo levantou por meio dos casos analisados, que na fase inicial do empreendimento, as redes sociais dos empreendedores eram formadas por laços, sendo estes classificados como fracos (aqueles que com interação há mais de um ano) e fortes (interação com menos de um ano). Nos fracos, estão empresas públicas, privadas e doadores/colaboradores pessoas físicas. Nos laços fortes estavam presentes a família, amigos e colegas de profissão. Cabe ressaltar que a categoria laços fracos é mais ampla e concreta, já laços fracos contribuem para aquisição de novas informações e amplia suas possibilidades. Outra observação das autoras foi quanto à contribuição das redes sociais para legitimação dos empreendimentos sociais, mas que poderia ser mais exploradas no sentido de recrutamento de voluntários, avaliação do empreendimento e até mesmo para tomada de decisão.

#### **4.6.3 O terceiro artigo analisado**

Publicado na Revista Gestão & Tecnologia no ano de 2010, o artigo “Empreendedorismo social promovendo a inserção cidadã de famílias de baixa renda: o caso da Fundesol/CE- Agência de desenvolvimento local e socioeconomia solidária” dos autores Francisco Antônio Barbosa Vidal, Iracema Quintino Faria e Maria Vilma Coelho Moreira trata-se de um estudo empírico (estudo de caso).

Objetivou-se no trabalho, a partir de um estudo de caso em uma organização de desenvolvimento local, analisar uma experiência de empreendedorismo social, considerando a formação de redes interinstitucionais locais e o empoderamento dos pequenos empreendedores informais.

Os autores norteiam seu trabalho por meio da definição de empreendedorismo social interligado ao de desenvolvimento local. Para tanto, é considerado empreendedorismo social uma forma de empreender que se difere do empreendedorismo privado, pois busca a geração de valor social em detrimento do lucro, por meio da interação da comunidade, governo e setor privado. Juntamente a esta definição, é tomado a característica fundamental do empoderamento da comunidade, considerando que este é um fator importante para proporcionar um “terreno fértil” no processo de desenvolvimento local.

Como resultado, observou-se que as ações de empreendedorismo social da Fundesol estão direcionadas a ocupação e geração de renda para comunidade local. Isso se dá por meio de redes de colaboração, onde as pessoas envolvidas – participantes – são orientadas e acompanhadas no desenvolvimento de atividades em redes de colaboração as quais possibilitam além de uma fonte de renda, o exercício da cidadania por meio da liberdade condicionada pelo acesso a bens materiais, educação, políticas e informação. Nesse caminho, o desenvolvimento local se torna consequência do processo de empoderamento das pessoas, as quais se tornam mais capacitadas a contribuir e participar de novas possibilidades de geração de renda de forma coletiva.

#### **4.6.4 O quarto artigo analisado**

O quarto artigo analisado tem por título “The succession processat social enterprises in Brazil / O processo sucessório em empreendimentos sociais no Brasil”, publicado na Revista de Administração no ano de 2012, sendo escrito por Edileusa Godói-de-Sousa e Rosa Maria Fischer. Trata-se de um estudo empírico (estudo de caso)

Seu objetivo foi analisar em casos de empreendimentos sociais no Brasil se existe e como ocorre o processo de sucessão dentro da organização

A abordagem conceitual observada no texto toma o empreendedorismo social como conceito novo da Teoria das organizações e que se destina a caracterizar empresas que desenvolvem atividade socioeconômica produtiva, dentro do escopo das organizações do Terceiro Setor. Estas organizações são diferentes das comerciais, pois visam às necessidades sociais em detrimentos do lucro, utilizando assim seus rendimentos na conversão das atividades sociais.

As autoras ressaltam que uma das contribuições do estudo, motivado pela falta de teorias específicas sobre o tema de planejamento de sucessão em organizações do terceiro setor, conduziram à necessidade um estudo utilizando um modelo tridimensional para analisar as características deste processo. Este modelo considera duas frentes de análise: (a) individual, organização e ambiente, e (b) considera o ciclo de vida das ONG's. Outra contribuição foi com relação ao resultado da pesquisa, onde se pode observar que o processo de sucessão adotado nas organizações eram considerados inadequados e que afetam diretamente no ciclo de vida desta organizações. Entretanto, não foi constatado ações em desenvolvimento para mudança no procedimento atual.

#### **4.6.5 O quinto artigo analisado**

Publicado em 2006, na Revista de Administração, o quinto artigo analisado tem por título “Social and comercial entrepreneurship: same, different, or both?/ Empreendedorismo social e comercial: iguais, diferentes ou ambos?”, sendo escrito por James Austin, Howard Stevenson e Jane Wei-Skillern. Trata-se de um estudo teórico.

O objetivo do estudo foi realizar uma análise comparativa entre o empreendedorismo social e o comercial por meio de um modelo analítico prevalecente e apontar elementos aplicáveis no modelo comercial e social.

Considerado um impulso no setor de negócios, o empreendedorismo se apresenta também em área não restrita a comercial. Neste caso, o empreendedorismo social, relacionado muitas vezes a organizações sem fins lucrativos, se configura pela atividade com propósito social em sua missão. É um campo novo na produção acadêmica e suas fundamentações teóricas ainda pouco aprofundadas, o que justifica o estudo para ampliação do conhecimento acadêmico.

Os autores concluem que ao final de sua pesquisa puderam constatar que empreendedorismo comercial e social contem semelhanças e diferenças importantes. Para tanto, o estudo mostrou considerações gerais e sugestões aplicáveis a análise dos aspectos: pessoas, contexto, negócio e oportunidade em empreendedorismo social. Implicações práticas, onde os autores consideram mais três aspectos: a centralidade no SVP (proposta de valor social); alinhamento organizacional e fronteiras organizacionais. E por fim, os autores sugerem uma relação de itens como possíveis linhas de pesquisas futura.

#### **4.6.6 O sexto artigo analisado**

O sexto artigo analisado tem por título “Terceiro Setor e Empreendedorismo Social: O Caso da Hallel Escola No Brasil”, publicado em Tourism & Management Studies no ano de 2013, sendo escrito por André Luis Centofante Alves e Francisco Sobreira Netto. Trata-se de um estudo empírico (estudo de caso).

O artigo objetivou analisar o empreendedorismo social relacionado ao desenvolvimento local, por meio do estudo de caso na Hallel Escola (entidade que tem por finalidade o desenvolvimento integral da pessoa por meio da evangelização e da formação e capacitação de cristãos de diversas faixas etárias) e identificar quais as características, dificuldades e resultados da criação de uma ONG considerada como empreendimento social.

A conceituação considerada pelos autores neste estudo é a qual o empreendedorismo social tem como características a inovação e geração de valor social e se configura como

tipificação do empreendedorismo aplicado às organizações do terceiro setor. Neste caso, o empreendedor social é aquele que se preocupa com questões sociais, inovam para mudar tal realidade e buscam “ajudar as pessoas necessitadas” gerando bem estar coletivo.

Os autores concluíram que a Hallel Escola, como empreendedorismo social possibilitou benefícios para comunidade a qual está instalada e outras cidades do Brasil. Os resultados atingidos pela ONG, por meio de grupos, cursos e acompanhamentos foram no sentido de aperfeiçoamento de virtudes dos indivíduos e conseqüentemente do meio em que estão inseridos; incentivo a cultura por meio da música e movimentação na economia local quando promoviam eventos e recebiam turistas. Outro aspecto levantado pelos autores se refere a problemas administrativos da ONG, os quais poderiam ser mitigados se houve mais pessoas com capacitação profissional na gestão e cursos de capacitação em áreas como planejamento, finanças, liderança, marketing considerando as especificidades do Terceiro Setor.

#### **4.6.7 O sétimo artigo analisado**

Publicado em 2015 na Revista de Ciências da Administração, o artigo “As interfaces entre empreendedorismo social, negócios sociais e redes sociais no campo social” foi escrito por Maria de Fátima da Silva, Laysce Rocha de Moura e Luciano Antonio Prates Junqueira e trata-se de um estudo teórico.

Seu objetivo foi discutir os conceitos inerentes ao empreendedorismo social, negócios sociais e redes sociais no campo social na busca de identificar se há interfaces entre esses conceitos.

O empreendedorismo neste trabalho é tomado como forma de enfrentamento de problemas sociais, onde a ação da esfera pública sozinha já não mais seja suficiente. E nesse sentido, o empreendedorismo social surge como uma nova configuração de ação, conjugando no mesmo processo de resolução de problemas sociais, comunidade, setor público e setor privado. Para tanto, compreende-se que o empreendimento social surgiu como forma alternativa na atuação com objetivo de criação de valor social.

O artigo aborda o delineamento de conceitos, a saber, o empreendedorismo social, negócios sociais e redes sociais, que emergiram com intuito de combater as questões sociais. Dentre estes conceitos, os autores chamam atenção para o fato de o empreendedorismo social ser importante no processo de geração de valor social por meio de atividade e processos inovadores. E por meio destes, o negócio social buscando alternativas e solução para os problemas em questão. Conjuntamente, na busca por novas opções, atores diversos se juntam



a causa e formam assim as redes sociais. Ou seja, os três conceitos estão diretamente relacionados e direcionados ao objetivo comum de geração de impacto social e mudança de uma dada realidade.

#### **4.6.8 O oitavo artigo analisado**

O oitavo artigo analisado tem por título “Revisão Sistemática da Literatura de Empreendedorismo Social e Desenvolvimento de Competências: uma análise dos últimos 10 anos”, publicado em 2016 no *International Journal of Innovation: IJI Journal*, sendo escrito por Ibsen Mateus Bittencourt, Janette Brunstein, Angelo Antônio Martins, Paulo Henrique Martins Desidério e Carlos Antônio Cardoso Sobrinho. Trata-se de um estudo teórico (pesquisa bibliográfica).

O estudo objetivou realizar uma revisão sistemática sobre o tema empreendedorismo social e o desenvolvimento de competências buscando identificais quais competências são necessárias ao sucesso do empreendedor social.

O conceito de empreendedorismo social neste trabalho se dá pela atividade recente, com cunho inovador a qual procura soluções para problemas sociais, sendo estes já de conhecimento da comunidade ou reconhecida pelo empreendedor social. Para tanto, o empreendedor é o agente principal do processo de modificação da realidade, realizado trabalho de encorajamento e inspirando outros para trabalhar na causa. Mas para cumprir tal papel, o empreendedor necessita de algumas competências para aumentar suas chances de sucesso no negócio social.

O estudo concluiu que o empreendedorismo social se configura como um campo de pesquisa relativamente novo, sendo as primeiras informações sobre o tema no Brasil em 2004. Nesse sentido o conceito ainda está em formação, mas já se percebe que o empreendedor social se diferencia dos demais empreendedores pelo fato de ter como foco a mudança na realidade de questões sociais. Outra contribuição do estudo é com relação às competências necessárias ao empreendedor social. Quanto a estas, os autores observaram por meio da revisão sistemática que até o momento da pesquisa, na literatura ainda não havia uma definição clara de quais seriam, nem mesmo uma relação mais estreita entre empreendedorismo social e o desenvolvimento de competências.

#### **4.6.9 O nono artigo analisado**

Publicado em 2011 na Dimensión empresarial, o artigo intitulado “Empreendedorismo social no Brasil: um fenômeno de inovação e desenvolvimento local” foi escrito por Edileusa Godói-de-Sousa, Peterson Elizandro Gandolfi e Maria Raquel Caixeta Gandolfi e se trata de um estudo empírico (estudo de caso).

Seu objetivo foi investigar as dimensões capazes de sinalizar o grau de Empreendedorismo Social presente nos EES, Empreendimentos Econômicos Solidários brasileiros, considerando as seguintes dimensões: oportunidades; inovação; autogestão; valor econômico; valor social, e desenvolvimento sustentável.

Os autores compreendem empreendedorismo social como fenômeno em desenvolvimento, configurado por uma finalidade multidimensional, pois pode conjugar tanto dimensões econômicas, sociais, culturais, políticas e/ou ecológicas com vista a mudança em uma dada realidade e contribuindo para desenvolvimento sustentável da comunidade.

Como resultado da pesquisa, se considerando as dimensões oportunidades; inovação; autogestão; valor econômico; valor social, e desenvolvimento sustentável nas organizações contempladas no estudo de caso, os autores observaram dois pesos. De um lado, o surgimento destes empreendimentos envolve criatividade e coragem dos empreendedores em desbravar o novo. Por outro, estes empreendimentos enfrentam dificuldades de desenvolvimento do negócio, não conseguindo sair do ponto de apenas sobrevivência. Isso porque se encontram em situação organizativa precária, a saber, a baixa estruturação interna e falta de articulação com vínculos externos.

#### **4.6.10 O décimo artigo analisado**

O décimo artigo analisado tem por título “Empreendedorismo social em perspectiva global: bem comum, trabalho e engajamento na retórica do capitalismo contemporâneo”, publicado em 2015 na Eptic online: revista electronica internacional de economia política da informação, da comunicação e da cultura. O mesmo foi escrito por Vander Casaqui e Angelina Sinato e se trata de um estudo empírico.

Se objetivo foi mostrar como o empreendedorismo social tem sido discutido e de que forma estes discursos alimenta a imagem globalizada do agente dessa cena, a partir da proposta de análise multidimensional de Fairclough (2001).

O estudo se baseia na definição do empreendedor social como aquele que além de reunir aspectos inerentes as premissas do capitalismo, congrega a perspectiva de ação social, voltado ao bem-comum. Essa relação híbrida entre aspectos capitalistas (vocação, habilidade

empreendedora e sustentabilidade), somado a questão social seria a imagem desejável do trabalhador atual, o que explica a valorização do empreendedorismo social na conjuntura atual.

Os autores argumentam que o empreendedor social aparece e se destaca em meio ao cenário de despolitização da transformação, quando sua participação permeia a ideia/utopia de que sua atuação será revolucionária, por meio da eficácia dos aspectos desenvolvidos pela atividade empreendedora, na substituição do Estado em resolver todo e qualquer problema social. Os autores chamam atenção também para superexposição do empreendedor social como “heróis olímpicos” onde são considerados como responsáveis por mudanças e fazer a diferença na construção de novos horizontes.

#### **4.6.11 O décimo primeiro artigo analisado**

Publicado em 2015 na Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão, o artigo “Empreendedorismo Social e a Geração de Recursos Próprios em ONGs Cearenses” foi escrito por Cristiane Maria Oliveira Mendonça, Rodrigo Oliveira Miranda e Serafim Firmo de Souza Ferraz. Trata-se de um estudo empírico (estudo de caso).

Objetivou-se com o estudo, analisar como ONGs do Estado do Ceará desenvolveram alternativas para geração de recursos próprios a fim de financiar seus projetos.

Neste estudo, o empreendedorismo social foi entendido como atividade capaz de propor soluções para problemas sociais e alternativas para gerar recursos a fim de financiar projetos de cunho social. Nesse sentido, empreendedorismo social seria uma forma onde organizações sem fins lucrativos, empreendem na geração de recursos buscando uma sobrevivência financeira mais independente de recursos externos (doações).

A partir do estudo de caso em três ONGs cearenses, que desenvolvem atividades comerciais para geração de recurso próprios, os autores observaram que as atividades comerciais desenvolvidas têm alguma relação com a atividade fim da ONG. Seja ela na utilização de maquinários já utilizados na atividade fim (caso da ONG que faz serviços gráficos utilizando os mesmo maquinários utilizados no desenvolvimento de projetos no contexto escolar), seja na venda de produtos relacionados à causa fim (caso da ONG que vende produtos de mergulho e tem como atividade fim a preservação da zona oceânica), ou venda de publicação própria e serviço de consultoria, como o caso da ONG que trabalha com segurança alimentar e nutricional e luta pelos direitos de pessoas com deficiência. E nesse sentido os autores sugerem como possibilidade de pesquisas futuras, seja estudo a relação de representatividade da prestação de serviço em detrimento da venda de produtos.

#### **4.6.12 O décimo segundo artigo analisado**

O décimo segundo artigo analisado em por título, “Uma análise a respeito do desenvolvimento local: o empreendedorismo social no Morro do Jaburu — Vitória (ES), Brasil”, publicado em 2014 na Revista de Administração Pública, sendo escrito por Rodrigo Kuyumjian, Eloisio Moulin de Souza e Sérgio Robert de Sant’anna. Trata-se de um estudo empírico (estudo de caso).

Seu objetivo foi analisar se o empreendedorismo social praticado no Morro do Jaburu em contribuído para o desenvolvimento local e quais e por quais fatores isto tem acontecido, a saber: fatores de ordem social, econômica, política, ambiental, educacional e gerencial.

O estudo compreende que o empreendedorismo social e empreendedor social ainda não são contemplados com um consenso a respeito de sua conceituação. Entretanto, consideram o empreendedorismo social, no caso deste taralho, como sendo uma tecnologia de gestão não convencional capaz de diminuir problemas de ordem social, econômico e ambiental e como consequência impactar no desenvolvimento local.

Os autores concluem que o desenvolvimento local não acontece de repente, da noite para dia e que este depende de muitos fatores, entre eles o empreendedorismo social. E no caso específico do Morro do Jaburu, após pesquisa baseada na metodologia DLIS (desenvolvimento local integrado e sustentável) o ES como variante no processo de desenvolvimento local, tem contribuído para tal, pois foi possível observar a sua presença na diminuição dos problemas sociais, ambientais e econômicos daquela região. Entretanto, os autores ressaltam, de acordo com os entrevistados, muito ainda a de se alcançar para se chegar a patamares mínimos relacionados a questões básicas (relacionados à saúde, educação, lazer, cultura, meio ambiente, economia e infraestrutura) para uma vida digna.

#### **4.6.13 O décimo terceiro artigo analisado**

Publicado em 2015, na Revista de Gestão Social e Ambiental, o décimo terceiro artigo analisado tem por título, “Criação de Valor no Empreendedorismo Social: Evidências a Partir da Comparação com o Empreendedorismo Comercial” e foi escrito por Antonia Lais Costa Araújo Leal, Ana Augusta Ferreira de Freitas e Raimundo Eduardo Silveira Fontenele. Trata-se de um estudo empírico (estudo de caso).

Objetivou-se neste estudo analisar de que forma , diferenciando este do valor produzido pelo empreendedorismo comercial.

Compreende-se como empreendedorismo social neste trabalho, um fenômeno relacionado ao capitalismo, pois se tem no empreendedor um agente econômico. Pois, é por

meio do empreendedor que são geridas as estratégias de geração dos recursos utilizados na produção de bens e serviços em respostas as questões sociais.

Com a pesquisa (baseada na literatura confrontada com o estudo de caso), os autores puderam concluir que existem três elementos considerados na criação de valor do empreendimento sociais que os diferem do empreendedorismo comercial. O primeiro, no ES, a comercialização de produtos é em espaços locais, enquanto no comercial a necessidade de geração de lucro o condiciona a expansão das negociações. No segundo, a importância dos stakeholders para o ES está diretamente relacionada à avaliação do seu impacto, já no comercial, a importância está no cliente. Em terceiro, o ES identificou os investimentos, acesso a créditos e remuneração dos sócios atuantes, já para o comercial fica a expansão dos negócios. Contudo, mais três elementos, apesar de não fazerem parte da seleção teórica, foram levantados na pesquisa, a saber, a importância dos resultados financeiros positivos, sobrevivência do empreendimento social e desejo de se tornar um empreendimento comercial. Por fim, os autores concluem que a criação de valor no ES envolve tanto ganhos na área financeira como na social.

#### **4.6.14 O décimo quarto artigo analisado**

Publicado em 2009, na Revista gaúcha de enfermagem, o artigo “Formação do Enfermeiro pelo olhar do Empreendedorismo Social”, tem como autores Dirce Stein Backes e Alacoque Lorenzini Erdmann e trata-se de um estudo empírico.

Seu objetivo foi discutir a formação do enfermeiro pelo olhar do empreendedorismo social.

A conceituação de empreendedorismo social tomado no artigo o considera um mecanismo agente de mobilização e mudança em uma dada realidade, por meio da inovação e sustentabilidade com foco em questões sociais. Para tanto, o agente empreendedor é peça fundamento – protagonista – no processo da mudança social.

As autoras concluem o trabalho ressaltando que apesar do processo de inserção do empreendedorismo social na formação de enfermeiros não ser fácil, se faz necessária quando considera a necessidade deste profissional enxergar ou ser participante do processo de mudança local e social. O enfermeiro quando recebe capacitação, informação e conhece a cultura empreendedora, consegue expandir o horizonte primário de sua formação e permear diferentes saberes, possibilitando este de ser um agente de intervenção social.

#### **4.6.15 O décimo quinto artigo analisado**

O décimo quinto artigo analisado tem por título “A Gestão de Organizações Sociais Sob a Ótica do Empreendedorismo Schumpeteriano”, sendo escrito por Antonio dos Santos-Silva, Henrique Cordeiro Martins e Antonio Carvalho Neto e publica na Teoria e Prática em Administração (TPA) no ano de 2014. Trata-se de um estudo empírico (estudo de caso)

Objetivou-se neste artigo, analisar a gestão de Organizações Sociais a partir da Ótica do Empreendedorismo Schumpeteriano.

Os autores abordam o tema empreendedorismo social de maneira pouco comum na literatura analisando-o pela visão do empreendedorismo Schumpeteriano. Entretanto, relacionado a sua conceituação, compreendem por uma visão mais comum na literatura, a qual diz que o ES se configura como uma variação do empreendedorismo comercial, diferenciando-se por objetivar benefícios coletos em detrimento do lucro.

O estudo constatou a presença de elementos de empreendedorismo no processo de gestão de organizações sociais, ressaltando que em algumas os elementos apareceram em maior grau e em outras em menor grau. Outro ponto enfatizado pelos autores se refere a aplicação da teoria Schumpeteriana, que apesar de não ser comum ao tema – considerando o aspecto valor social mais discutido, contribuiu para analisar especificamente os processos de gestão. Por fim, os autores concluem que a pesquisa contribuiu para a formação do conhecimento por sistematizar elementos do processo de gestão de organizações sociais.

#### **4.6.16 O décimo sexto artigo analisado**

O décimo sexto artigo analisado foi publicado em 2016 na Universitas humanística e tem por título, “A transformação social nos discursos da cena empreendedora social brasileira: processos comunicacionais e regimes de convocação na mídia digital”, sendo escrito por Vander Casaque. Trata-se de um estudo teórico.

O estudo buscou analisar nos discursos de empreendedorismo social, quais os significados de transformação social, do engajamento e da participação cidadã e como estes são discutidos.

No estudo, o empreendedorismo social é compreendido como tema de grande importância para o campo da comunicação, pois está presente nos discursos de uma gama de atores. Outro ponto é a importância do empreendedorismo social atrelada ao capitalismo, onde o empreendedor é considerado o agente da mudança social no capitalismo liberal e peça fundamental nas questões sociais emergentes.

Como conclusão, o autor destaca que o “os regimes de convocação” relacionado a temática do empreendedorismo social tem buscado angariar cada vez mais envolvidos na causa, utilizando a mídia para destacar exemplos de sucesso. Nesses exemplos, observa-se um endeusamento dos empreendedores sociais, como se estes fossem a esperança da mudança capitalista, aproveitando-se de ações sociais. No sentido capitalista, o autor salienta sobre o poder de sedução que a mídia e discursos estão utilizando, ao exibirem os modelos/exemplos de empreendedores sociais para divulgação de marcas, e conseqüentemente impulsionando o consumo. Por fim, considerando o cenário atual de utilização do empreendedorismo social para fins que divergem a resolução de demandas da comunidade, Casaqui levanta o questionamento, se seria possível reverter o cenário “de vampirização da ação social, ou de seu esvaziamento, pela retórica do capital”.

#### **4.6.17 O décimo sétimo artigo analisado**

Publicado na Revista *Dimensión Empresarial* no ano de 2013, o artigo “Institucionalização das manifestações da sociedade civil: das tipologias aos conceitos” foi escrito por Miriam de Castro Possas, Ricardo de Sena Abrahão e Edileusa Godói-de-Sousa e trata-se de um estudo teórico.

O objetivo do estudo foi analisar por meio de uma investigação bibliográfica, os termos mais utilizados para se referir as organizações da sociedade civil e como estes foram abordados na produção acadêmica.

O termo empreendedorismo social neste trabalho toma como configuração umas das formas utilizadas na literatura para se referir a organizações do terceiro setor, onde o empreendedor inova em busca de algum objetivo de cunha social. Nesse sentido, incorpora como características, aquelas destinadas aas organizações sociais – sem fins lucrativos, autogestão, participação de voluntários, e tem como finalidade questões sociais.

O estudo contribui para entendimento quanto ao tema de empreendedorismo social, ao identificar que este tem sido utilizado na literatura nacional e internacional como uma das formas de nomeação para organizações sociais. Destacam ainda em específico, que na literatura nacional se observa uma pluralidade de termos e uma confusão e dificuldade em conceituar os termos utilizados, o que acaba por gerando até mesmo controvérsias em relação aos significados adotados.

#### **4.6.18 O décimo oitavo artigo analisado**

Por fim, o décimo oitavo artigo analisado tem por título “Como uma Empresa Brasileira está Resolvendo os Problemas de Bairros Urbanos de Forma Sustentável, Uma Comunidade de Cada Vez”, publicado no ano de 2012, na Revista Field Actions Science Reports, sendo escrito por Diana de Castro. Trata-se de um estudo empírico (estudo de caso).

Seu objetivo foi demonstrar como uma empresa social, denominada Terra Nova está ajudando moradores de assentamentos precários a regularizar a situação do local onde habitam.

No artigo apresentado, o empreendedorismo social é percebido na forma de uma organização lucrativa, mas que tem em sua atividade fim, a prestação de serviço a determinada população, contribuindo para solução de uma questão social a qual estão com dificuldade de solucionar.

A autora ressalta que no caso específico, a ação desenvolvida pela empresa Terra Nova, compreendida como empreendedorismo social no contexto abordado, tem contribuído para resolução de um problema social, o qual o Estado sozinho já conseguia agir. O trabalho desenvolvido pela empresa envolve a própria comunidade na resolução das suas questões de irregularidade de moradia e contribui para mitigar um problema dispendioso e politicamente sensível para o Estado. Neste processo, o ganho pode ser observado quando as pessoas legalizam sua moradia e para o estado, quando na arrecadação de impostos dos imóveis que foram legalizados, consegue ofertar serviços básicos para aquela comunidade.

#### **4.7 Observações gerais sobre os artigos analisados**

Após analisados os 18 artigos encontrados, foi possível constatar que a grande maioria dos artigos (13 artigos – 72% do total) são estudos empíricos, onde os autores buscaram contribuir para a temática realizando estudo de casos e observando como aspectos do empreendedorismo social se demonstram na prática.

Outra observação foi com relação a definição de empreendedorismo social compreendida nos artigos, com base no referencial teórico e reflexões dos autores, a qual chama atenção para duas abordagens mais utilizadas: (1) a abordagem do tema como diretamente relacionado ou como sendo o próprio Terceiro Setor, configurado por organizações sem fins lucrativos; e (2) a abordagem onde o empreendedorismo social é atividade fundamental para o desenvolvimento local.

Com relação às conclusões e contribuições dos artigos analisados, destaca-se a predominância de constatações sobre a insipiência na produção científica sobre tema, e tal é



justificado por muitos por se tratar de um fenômeno recente. Entretanto, ressaltam que já é possível perceber um aumento no interesse pela temática e busca pelo aprofundamento teórico e conceitual do empreendedorismo social.

Estas observações sobre os 18 artigos analisados foram agrupadas em um quadro síntese, sendo este dividido entre pontos de convergência e divergência, considerando os aspectos metodológicos, conceituais e contribuições (QUADRO 14).

Quadro 14 – Pontos de convergência e divergência entre os artigos analisados

Aspectos	Pontos de convergência	Pontos de divergência
<b>Metodológicos</b>	Predominância de estudos empíricos - estudos de caso - que buscaram identificar em casos práticos de empreendedorismo social, aspectos como: características do empreendedor; utilização de redes sociais em fase inicial de organizações sociais; contribuição para desenvolvimento local, criação de valor social; elementos de gestão e geração de recursos próprios	Quantidade menor de estudos teóricos. Estes por sua vez, focaram na identificação de termos relacionados ao empreendedorismo social e relação entre o ES e empreendedorismo comercial.
<b>Conceituais</b>	Alinhamento entre os artigos quanto ao entendimento do ES como fenômeno novo, mas que já se mostra com grande potencial na criação de valor social e contribuição para desenvolvimento local.	Falta de consenso quanto a conceituação de empreendedorismo social, haja vista que alguns artigos consideram ES como sendo organizações do terceiro setor, outros já o compreenderam como uma variação do empreendedorismo comercial, mas com foco em questões sociais
<b>Contribuições</b>	Em sua maioria, no conjunto de artigos analisados, as conclusões confluem nos diagnósticos sobre a inexistência na produção científica sobre o tema empreendedorismo social, o que reforça a necessidade de mais trabalhos aprofundando na temática. Os resultados dos trabalhos, sejam eles advindos de pesquisas empíricas ou teóricas, são fontes iniciais para entendimento do ES e contribuem para fortalecimento da produção científica sobre o tema.	Nas considerações finais dos artigos analisados pouco se identifica o levantamento de oportunidades de continuação do estudo por meio de outras frentes e baixo número de indicação de temas complementares para pesquisas futuras. Este fato pode caracterizar uma descontinuação de aprofundamento quanto ao empreendedorismo social, como se observou nos resultados desta pesquisa quanto a frequência de publicações por periódicos e autores.

Fonte: Elaborado pela autora

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresenta os resultados de um mapeamento e análise da produção científica acerca do tema Empreendedorismo Social no Brasil, publicados e indexados na base de dados Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES entre os anos 2009 e 2016. A análise debruçou-se no levantamento de aspectos como, frequência anual de publicações, autores que mais publicaram, abordagem de pesquisa utilizada, palavras-chave e análise de conteúdo dos artigos.

Observou-se que o número de publicações – 18 ao todo, considerando os artigos selecionados após os critérios de inclusão e exclusão desta pesquisa – no período analisado foi baixa e com frequência irregular entre os anos, sendo somente o ano de 2015 o que chama mais atenção com 5 publicações. Nesse mesmo sentido, os periódicos onde os artigos foram publicados e autores não se mostraram constantes em ano e quantidade de publicações. Dos 15 periódicos listados, somente três tiveram mais de uma publicação (2 cada) em 9 anos. E dos 45 autores que publicaram, somente dois o fizeram mais de uma vez.

Com relação às abordagens metodológicas utilizadas nos artigos, verificou-se um predomínio em número de pesquisas qualitativas em detrimento das pesquisas utilizando abordagens quantitativas e mistas. Este mesmo cenário se repete com relação ao tipo de estudo, onde se observou que os estudos empíricos foram em maior número em relação aos trabalhos teóricos.

Em relação ao conteúdo dos artigos analisados, pode-se identificar a ênfase dada pelos autores ao fato do tema ter emergido recentemente, o que leva a entender ser a justificativas para a pouca quantidade de trabalhos e teorias desenvolvidas sobre o empreendedorismo social. Outro ponto relacionado ao conteúdo dos trabalhos, se refere a diversidade de significados adotados para o ES, onde varia de acordo com o foco de pesquisa. E, dentre os 18 artigos, somente dois, publicados por Vander Casaqui seguiam a lógica de pesquisa quanto à análise de discursos sobre o tema.

Para tanto, fica como sugestão para futuros trabalhos a busca do preenchimento de lacunas encontradas na produção acadêmica analisada. Ressalta-se a falta de consenso quanto à conceituação do termo empreendedorismo social; modelos analíticos capazes de compreender a dinâmica típica da atividade e análise do impacto de empreendimentos sociais nas comunidades e/ou públicos beneficiários da ação.

Como limitação deste estudo ressalta-se a possibilidade da não observância de todos os artigos sobre o tema empreendedorismo social no Brasil, ao considerar o fato da pesquisa ter sido realizada pelo conjunto de palavras “empreendedorismo social” somente em língua

portuguesa. Esta limitação se torna relevante ao se evidenciar, como resultado da busca, a presença de artigos sobre empreendedorismo social no Brasil publicado em língua inglesa, tanto em periódicos nacionais como internacionais. Tal fato indica a possibilidade de existência de um número maior de publicações sobre casos específicos do Brasil, mas que utilizaram este conjunto de palavras em outra língua.

Por fim, destaca-se a contribuição deste trabalho como forma de contribuição ao acréscimo de conhecimento em aspectos de análise do estado da arte sobre o empreendedorismo social, oportunizando uma ampliação na leitura sobre um tema que tem sido considerado importante na conjuntura atual e colaborando como insumo para futuras pesquisas de um fenômeno que se encontra em desenvolvimento.

## REFÊRENCIAS

- ALVES, A. L. C.; NETTO, F. S. **Terceiro setor e empreendedorismo social: o caso da hallel escola no brasil.** Encontros Científicos-Tourism & Management Studies, n. 4, p. 1220-1231, 2013.
- AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. **Empreendedorismo social e comercial: iguais, diferentes ou ambos?.** Revista de Administração, v. 47, n. 3, p. 370-384, 2012.
- BACKES, D. S.; ERDMANN, A. L. **Formação do enfermeiro pelo olhar do empreendedorismo social.** Revista Gaúcha de Enfermagem, v. 30, n. 2, p. 242, 2009.
- BAGGENSTOSS, S. DONADONE, J. C. **Empreendedorismo Social: Reflexões Acerca Dopapel Das Organizações E Do Estado.** Gestão E Sociedade ·Belo Horizonte ·Volume 7 ·Número 16 · P. 112-131 Janeiro/Abril 2013 ·Issn 1980-5756
- BITTENCOURT, I. et al. **Systematic Review of the Literature Social Entrepreneurship and Skills Development: An Analysis of Past 10 years.** International Journal of Innovation, v. 4, n. 1, p. 33-45, 2016.
- BOTELHO, L. L. R.; CUNHA, C. C. A.; MACEDO, M. **O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais.** Gestão e sociedade, v. 5, n. 11, p. 121-136, 2011.
- CAMPELLI, M. G. R. al. **Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências.** Revista de Ciências da Administração, v. 13, n. 29, p. 133, 2011.
- CASAQUI, V. **A transformação social nos discursos da cena empreendedora social brasileira: processos comunicacionais e regimes de convocação na mídia digital.** Universitas humanística, n. 81, p. 205-226, 2016.
- CASAQUI, V. SINATO, A. **Empreendedorismo social em perspectiva global: bem comum, trabalho e engajamento na retórica do capitalismo contemporâneo.** Revista Epitec. Vol. 17, nº 1, janeiro-abril 2015
- CASTRO, D. de. **How a Brazilian Firm is Sustainably Solving the Problems of Urban Slums, One Community at a Time.** Field Actions Science Reports. The journal of field actions, n. Special Issue 3, 2011.
- CORRÊA, R. O.; TEIXEIRA, R. M. **Redes sociais empreendedoras para obtenção de recursos e legitimação organizacional: estudo de casos múltiplos com empreendedores sociais.** Revista de Administração Mackenzie, v. 16, n. 1, p. 62, 2015.
- CRUZ, J. N. CARDOSO, C. F. **O empreendedorismo e o ambiente jurídico e institucional.** Economia Global e Gestão [online]. 2012, vol.17, n.1, pp.65-81. ISSN 0873-7444.
- DAVID, D. E.H. **Intraempreendedorismo social: perspectivas para o desenvolvimento social nas organizações.** Tese (Doutorado). Universidade Federal De Santa Catarina Programa De Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis,2004.

DEES, J. G. (2001). **The Meaning of Social Entrepreneurship**. Original Draft: October 31, 1998. Reformatted and revised: May 30, 2001. Disponível em <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/>

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1989.

Global Entrepreneurship Monitor. (2011). **Empreendedorismo no Brasil**. Recuperado de <http://gestaoportal.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temasestrategicos/empreendedorismo/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf>

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr., 1995.

GREENHALGH, T. **Papers that summarize other papers (systematic review and meta-analyses)**.

British Medical Journal, London, v. 315, n. 7109, p. 672-675, Sep. 1997.

HAYATI, D; KARAMI, E.; SLEE, B. **Combining qualitative and quantitative methods in the measurement of rural poverty**. Social Indicators Research, v.75, p.361-394, Springer, 2006.

KUYUMJIAN, R.; DE SOUZA, E. M.; DE SANT'ANNA, S. R. **Uma análise a respeito do desenvolvimento local: o empreendedorismo social no Morro do Jaburu—Vitória (ES), Brasil**. Revista de Administração Pública, v. 48, n. 6, p. 1503-1524, 2014.

LEAL, A. L. C. A.; DE FREITAS, A. F.; FONTENELE, R. E. S. **Criação de valor no empreendedorismo social: evidências a partir da comparação com o empreendedorismo comercial/value creation in social entrepreneurship: evidence from a comparison with the commercial entrepreneurship**. Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 9, n. 1, p. 51, 2015.

MAIR, J., & MARTI, I. (2004). **Social Entrepreneurship: What are We Talking About? A Framework for Future Research**. IESE Business School - University of Navarra. Recuperado em 22 de janeiro de 2017, <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0546-E.pdf>

MELO, F. N de.; FROES, C. **Empreendedorismo social – a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MELO, F. N de.; FROES, C. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro – da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MENDONÇA, C. M. O. ; MIRANDA, R. O.; FERRAZ, S. F. de S. **Empreendedorismo social: a geração de recursos próprios em ongs cearenses**. Contextus-Revista Contemporânea de Economia e Gestão, v. 13, n. 2, p. 105-132, 2015.

MOREIRA, L. R. **Manual de revisão bibliográfica sistemática integrativa: a pesquisa baseada em evidências**. Grupo Ânima Educação. Belo Horizonte, 2014

MOURA, L. R. de M. et al. **As Interfaces entre Empreendedorismo Social, Negócios Sociais e Redes Sociais no Campo Social**. Revista de Ciências da Administração, v. 17, n. 42, p. 121, 2015.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias**. Rev. FAE, Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias**. 2004. Tese (Doutorado)-Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, 2004.

PARENTE, C.; COSTA, D.; DIOGO, V. (2013). **Educação para o Empreendedorismo Social**. In Dana Redford (Eds.) Handbook de educação em empreendedorismo no contexto português (pp. 361 – 420). Lisboa: Universidade Católica.

PARENTE, C.; COSTA, D.; SANTOS, M.; CHAVES, R.R. **Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição**. XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho Emprego e coesão social: da crise de regulação à hegemonia da globalização. Lisboa ,26 e 27 de Maio de 2011.

POSSAS, M. C.; DE SENA ABRAHÃO, R. S.; DE SOUSA, E. G.. **Institucionalização das manifestações da sociedade civil: das tipologias aos conceitos**. Dimensão empresarial, v. 11, n. 2, p. 17-25, 2013.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

ROTHER, E. T. **Revisão sistemática X revisão narrativa**. Acta paul. enferm., São Paulo, v. 20,n. 2, jun. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-21002007000200001&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-21002007000200001&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 03 de junho de 2017.

SILVA, A. dos S.; MARTINS, H. C.; NETO, A. C. **A Gestão de Organizações Sociais Sob a Ótica do Empreendedorismo Schumpeteriano**. TPA-Teoria e Prática em Administração, v. 4, n. 1, p. 227-260, 2014.

SILVA, H. E. da. (2010). **Empreendedorismo: o caminho para o sucesso no século XXI**. Recuperado em 08 de fevereiro de 2017, <http://www.daeln.ct.utfpr.edu.br/~denisedavid/aulas/empreendedorismo/ EmpreendedorismoXXI.doc>.

SILVA,P.C.R. **Práticas sustentáveis de empreendedorismo social**. Conselho Regional de Administração do Espírito Santo. 2009. Disponível em: <<[http://www.craes.org.br/arquivo/artigoTecnico/Artigos\\_Praticas\\_sustentaveis\\_de\\_empreendedorismo.pdf](http://www.craes.org.br/arquivo/artigoTecnico/Artigos_Praticas_sustentaveis_de_empreendedorismo.pdf)> Acesso em: 04/01/2017.

SYMON, G.; CASSELL, C. **Qualitative Organizational Research: Core Methods and Current Challenges**. London: Sage Publications, 2012.

SOUSA, E. de, et al. **Empreendedorismo Social no Brasil**. Um Fenômeno de Inovação e Desenvolvimento Local. Dimens. Empres, v. 9, n. 2, p. 22-34, 2011.

SOUSA, E. G. de; FISCHER, R. M. **The succession processat social enterprises in Brazil.** Revista de Administração (São Paulo), v. 47, n. 3, p. 473-488, 2012.

TRAVAGLINI, C. **The generationandre-generationof social capital and enterprises in multi-stakeholders social cooperative enterprises:** a systemdynamic approach. Revista de Administração (São Paulo), v. 47, n. 3, p. 436-445, 2012.

VANTI, N. A. P. (2002). **Da bibliometria à webometria:** uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. Ciência da Informação, 31(2), 152-162.

VALE, G. M. V. **Empreendedores Coletivos em Redes Organizacionais** - Novos Agentes Gerando um Padrão Diferenciado de Competitividade. Work Paper. In: Anais do XXVIII Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, Curitiba, 2004.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 7. Ed. – São Paulo: Atlas, 1989.

VIDAL, F. AB; FARIA, I. Q.; MOREIRA, M. V. C. **Empreendedorismo social promovendo a inserção cidadã de famílias de baixa renda:** o caso da Fundesol/CE-Agência de Desenvolvimento Local e Socioeconomia Solidária. Revista Gestão & Tecnologia, v. 5, n. 2, 2010.