

() Graduação (X) Pós-Graduação
**NEGÓCIOS SOCIAIS: Revisão Sistemática de Literatura sobre o tema em artigos do
Brasil**

Kathúcia da Silva Barbosa
Universidade Federal do Pará
kathuciasb@gmail.com

Bruno Rafael Dias de Lucena
Universidade Federal do Pará
brunolucena@ufpa.br

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi analisar as abordagens relacionadas a negócios sociais existentes nas produções científicas (últimos 10 anos) a fim de estabelecer as contribuições para o tema no Brasil. Utilizou-se uma revisão sistemática de literatura dos artigos indexados na plataforma Periódicos CAPES. Constatou-se que a maioria dos estudos abordam a indefinição do conceito de negócios sociais e seus sinônimos bem como sua relação com o empreendedorismo social. Observou-se que ainda há incertezas quanto divisão ou não de lucros aos investidores. Como contribuição, a Revisão Sistemática da Literatura possibilitou averiguar a escassez de negócios sociais descritos na literatura fora da região sudeste bem como da relação íntima entre ações de impacto social com a vertente ambiental.

Palavras-chave: Revisão Sistemática de Literatura; Negócios Sociais; Empresa Social; Brasil.

1 INTRODUÇÃO

Negócios sociais podem ser considerados um híbrido que combina a viabilidade econômica do segundo setor e o impacto social e/ou ambiental do terceiro setor (CARMONA; DAÍ PRA MARTENS; FREITAS, 2020; OMAROV, 2020). É perceptível que, embora apresente características consideradas antagônicas (WALCHHÜTTER; IIZUKA, 2019), os negócios sociais surgem como uma alternativa para os perfis de empreendedores sociais que focam em mudar uma determinada realidade através de uma visão inovadora e com valor social, mas se diferenciando da filantropia praticada por Organizações Não Governamentais, por exemplo.

Diante do exposto, nota-se a importância dos negócios sociais e de sua íntima relação com o empreendedorismo social para busca de solução/amenização de problemas sociais, aqui vistos como oportunidades. Neste sentido, a presente revisão sistemática da literatura foi norteada pela questão: quais as contribuições das publicações em periódicos ao evidenciar os negócios sociais no Brasil?

Logo, o objetivo desta pesquisa é analisar as abordagens relacionadas a negócios sociais existentes nas produções científicas (últimos 10 anos) a fim de estabelecer as contribuições para o tema no país e, a partir disso, proporcionar perspectivas para estudo futuros.

O presente artigo está distribuído em seis tópicos: introdução, revisão da literatura, procedimentos metodológicos, discussão e análise dos dados, as conclusões e por fim as referências.

2 REVISÃO DA LITERATURA

O terceiro setor é considerado aquele que atua no espaço entre o que se denomina primeiro e segundo setores (ANESE; COSTA; COELHO, 2018). Contudo, cabe esclarecer de quem se trata cada um. O primeiro setor refere-se à esfera pública, já o segundo à iniciativa privada. É possível verificar, no entanto, que há necessidades sociais não atendidas pela esfera pública e que não são objetivos da privada, daí o foco do terceiro setor. Cumpre ressaltar que o terceiro setor apresenta várias designações usadas indistintamente (ALANO, 2019; BRITO; TAVARES; SOARES, 2018), dentre elas, o de Organização Sem Fins Lucrativos (OSFL).

As OSFL, embora com importante atuação em prol da sociedade e meio ambiente, têm como grande desafio sua sustentabilidade tanto para a efetividade das suas ações de impacto

quanto para sua própria sobrevivência como entidade, haja vista a dependência de recursos externos (DALL'AGNOL et al., 2017).

Nunes, Watanabe e Costa (2020) salientam que, embora as OSFL se pautem na transparência como forma de legitimação de suas ações, elas enfrentam ainda muitos percalços para captação de recursos como, por exemplo, o nível de burocracia de diversos órgãos financiadores (CONCEIÇÃO; SILVA, 2019) e/ou o aumento de instituições sem fins lucrativos que resultou no acirramento da competitividade entre elas por recursos sejam de origem privada ou pública (SILVA et al., 2018).

Considerando as constantes demandas (sociais, ambientais etc.) que carecem de intervenção em prol da correção de desajustes, observou-se a necessidade de propor novas ações e/ou arranjos organizacionais capazes de melhorar/amenizar tais demandas. Nesse sentido, temos o conceito de empreendedorismo social que visa explorar oportunidades (atividades, processos) através de práticas inovadoras a fim de obter riqueza social e/ou valor social (ALBUQUERQUE et al., 2021; CARVALHO; VERISSIMO, 2018).

O empreendedor social, em oposição a uma OSFL, por exemplo, não visa doações nem pretende ser agente filantropo, mas percebe um problema social como oportunidade de desenvolver um negócio com impacto positivo sobre a sociedade ou meio ambiente (CARMONA; DAÍ PRA MARTENS; FREITAS, 2020). Em consonância com essa alternativa emergente temos os denominados Negócios Sociais.

Muhammad Yunus, vencedor do Nobel da Paz em 2016, é apontado como responsável pela formulação da imagem de negócios sociais, sendo o “Grameen Foundation”, nascido como Grameen Bank, um exemplo de empreendedorismo social ao realizar microcréditos para pessoas em vulnerabilidade em Bangladesh, surgindo, assim, um modelo híbrido que busca impactos sociais positivos ao combinar competências do setor privado e do terceiro setor (CARMONA; MARTENS; FREITAS, 2020; OMAROV, 2020; PETRINI; SCHERER; BACK, 2016a; RIBEIRO; PINTO, 2018; YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

O negócio social não tem por finalidade o lucro, contudo, se torna um meio para que a organização efetive seus objetivos. Assim, verifica-se que é necessário certo equilíbrio entre os componentes sociais e comerciais da organização (OMAROV, 2020). Em contrapartida às empresas consideradas tradicionais que visam receita (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016a), ou mais especificamente, o lucro, os negócios sociais tendem a realizar o trabalho na zona fronteira entre benefícios sociais e lucratividade (OMAROV, 2020) e vislumbram como uma oportunidade a solução de problemas sociais (CARMONA; MARTENS; FREITAS, 2020).

Walchhütter e Iizuka (2019) acrescentam que demandas ambientais também estão atreladas aos negócios sociais por sua influência na qualidade de vida e sustentabilidade bem como nas abordagens que envolvem redução de passivos ambientais através do reaproveitamento de materiais em programas de inclusão social.

Ribeiro e Pinto (2018) expõem a diferença entre os modelos de negócio social a serem adotados, explicando que o de Muhammad Yunus não inclui distribuição de lucros, entretanto, no modelo teórico norte-americano, negócio social é visto como empresa no qual não é vedada a distribuição de lucros, sendo que as OSFL, no contexto americano, assumiram a atividades de empresa social como alternativa para financiar suas prestações de serviços sociais (KERLIN, 2006) com o uso de atividades empresariais separadas ou apenas relacionadas com sua missão central (DEFOURNY; NYSSSENS, 2010; KERLIN, 2006).

Petrini, Scherer e Back (2016a) sintetizam o conceito ao adotar a definição de negócio de impacto social, no qual a organização busca sanar demandas de cunho social, sendo facultativa a distribuição de lucros. Ainda não há consenso sobre a definição de negócios sociais nem sobre sua interpretação na literatura, pois constitui um modelo novo que combina objetivos considerados antagônicos. (SILVA; IIZUKA, 2018). Na Tabela 1, a seguir, consta os termos relacionados aos negócios sociais.

Tabela 1: Termos relacionados aos negócios sociais

Termo	Definição	Principais Autores
Empresa Social	É um negócio que visa, primariamente, a objetivos sociais, e cujos excedentes são principalmente reinvestidos no próprio negócio ou em benefícios para a comunidade.	GUTIÉRREZ; REFICCO; TRUJILLO, 2006; BORZAGA; DEPEDRI; GALERA, 2012
Negócios Sociais	Qualquer tipo de empreendimento social que visa atender um problema social. Tem como principal objetivo o impacto social e, em seu modelo de negócio, todo lucro deve ser reinvestido.	YUNUS; MOINGEON; LEHMANN, 2012.; BORZAGA; DEPEDRI; GALERA, 2012;
Negócios Inclusivos	Um Negócio Social pode ser considerado um negócio inclusivo quando está focado em gerar emprego e renda para as pessoas pobres que vivem em áreas de risco social e ambiental.	TEODÓSIO; COMINI, 2012; GODÓI-DE-SOUSA; FISCHER, 2012; GOLJA; POŽEGA, 2012
Negócios com Impacto Social	Modelo de organização híbrida que combina as competências do setor privado com os	BARKI, 2015

	conhecimentos de gestão social do Terceiro Setor	
Negócios da Base da Pirâmide	Modelo que ajuda a população de baixa renda a melhorar sua qualidade de vida, fornecendo subsídios, principalmente, para pessoas em vulnerabilidade social.	BARKI, 2010; PRAHALAD, 2005
Empresa B Corp	Empresas com certificação do Sistema B são empresas com fins lucrativos certificadas pelo Laboratório B (organização internacional).	HONEYMAN, 2014

Fonte: Silva e Ilzuka (2018).

Vale ressaltar que segundo Gonçalves, Sugahara e Ferreira (2020) observaram em sua pesquisa, os negócios sociais possuem tendência para comercialização de bens e serviços, contudo, carece de tratamento jurídico mais específico no Brasil (RIBEIRO; PINTO, 2018).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo se caracteriza como uma pesquisa de natureza exploratória e descritiva (GIL, 2002), realizada através do método de Revisão Sistemática de Literatura (RSL). A RSL consiste em uma avaliação criteriosa sobre um determinado tópico de pesquisa a fim de responder uma pergunta específica, com o uso de uma metodologia de revisão rigorosa e passível de auditoria (CASTRO, 2001; KITCHENHAM, 2004). São chamados de primários os estudos individuais que antecedem e contribuem para a revisão sistemática, enquanto esta última é classificada como estudo secundário (KITCHENHAM, 2004).

Para a pesquisa foi adotado as etapas pré-definidas (TRANFIELD; DENYER; SMART, 2003) apresentadas abaixo:

Etapa I - Identificação da necessidade de uma revisão, preparação da proposta de revisão e desenvolvimento do protocolo;

Etapa II - Identificação da pesquisa, seleção dos Estudos, avaliação da qualidade dos estudos, extração dos dados e monitoramento do processo e síntese dos dados;

Etapa III - Relatório e recomendações e a busca de evidências na prática.

Foi utilizado a planilha eletrônica *EXCEL* para compilar dados e produzir gráficos para esta revisão. Após definido o objetivo e o protocolo, estabeleceu-se a *string* de busca: ("negócios sociais" OR "empresa social" OR "*social business*" OR "*social enterprise*") a ser usado no título de artigos da Plataforma CAPES, já os critérios de inclusão e exclusão

constam nas Tabelas 2 e 3.

Tabela 2: Critérios de inclusão

Critério	Descrição do critério de inclusão
I1	Artigos que usem os construtos no título
I2	Artigos publicados e disponíveis em português
I3	Artigos publicados nos últimos 10 anos (2012 a 2022)
I4	Artigos em periódicos revisado por pares
I5	Artigos com resumo
I6	Artigos disponíveis completos online
I7	Artigos com contexto no Brasil

Fonte: Os autores, 2022

Tabela 3: Critérios de exclusão

Critério	Descrição do critério de exclusão
E1	Artigos que não usem os construtos no título
E2	Artigos publicados e não disponíveis em português
E3	Artigos publicados fora do período proposto
E4	Artigos em periódicos não revisado por pares
E5	Artigos sem resumo
E6	Artigos não disponíveis completos online
E7	Artigos fora do contexto do Brasil

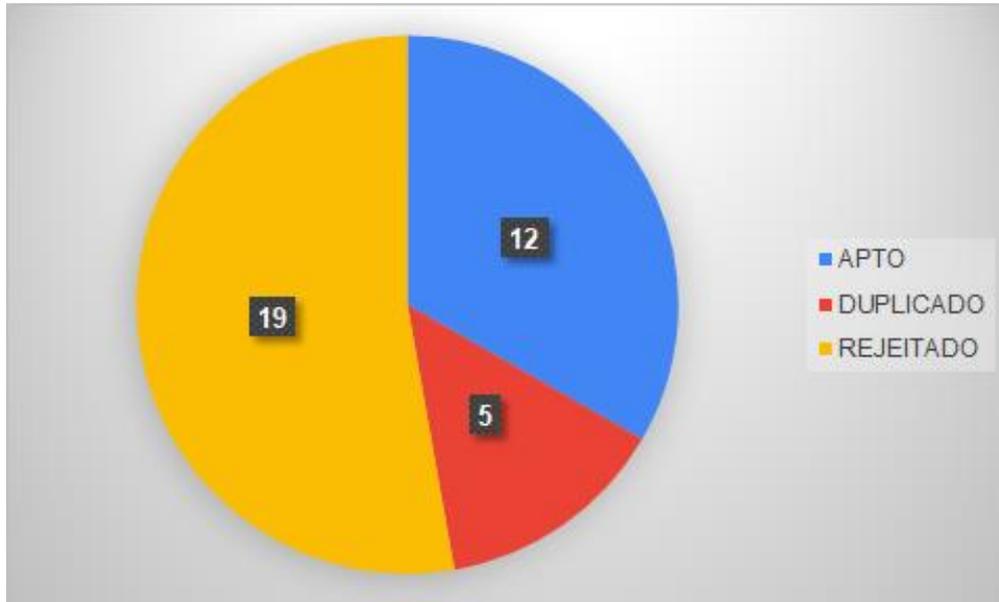
Fonte: Os autores, 2022

Na etapa posterior ocorreu a execução da pesquisa a partir da seleção dos artigos, de acordo com o protocolo a fim de avaliá-los, extrair os dados e construir o artigo.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Ao executar a busca avançada usando a *string* proposta para a pesquisa, no Portal de periódicos CAPES, já com os critérios I1, I2, I3 e I4 aplicados foram encontrados 36 (trinta e seis) resultados. Ao refinar a pesquisa com os critérios restantes de inclusão (I5, I6 e I7) e exclusão (E2, E5, E6 e E7) definidos, obteve-se 19 (dezenove) artigos descartados, 5 (cinco) duplicados e 12 (doze) artigos aptos para extração de dados para este estudo conforme Gráfico 1, o que equivale a 33,33% do total de artigos selecionados.

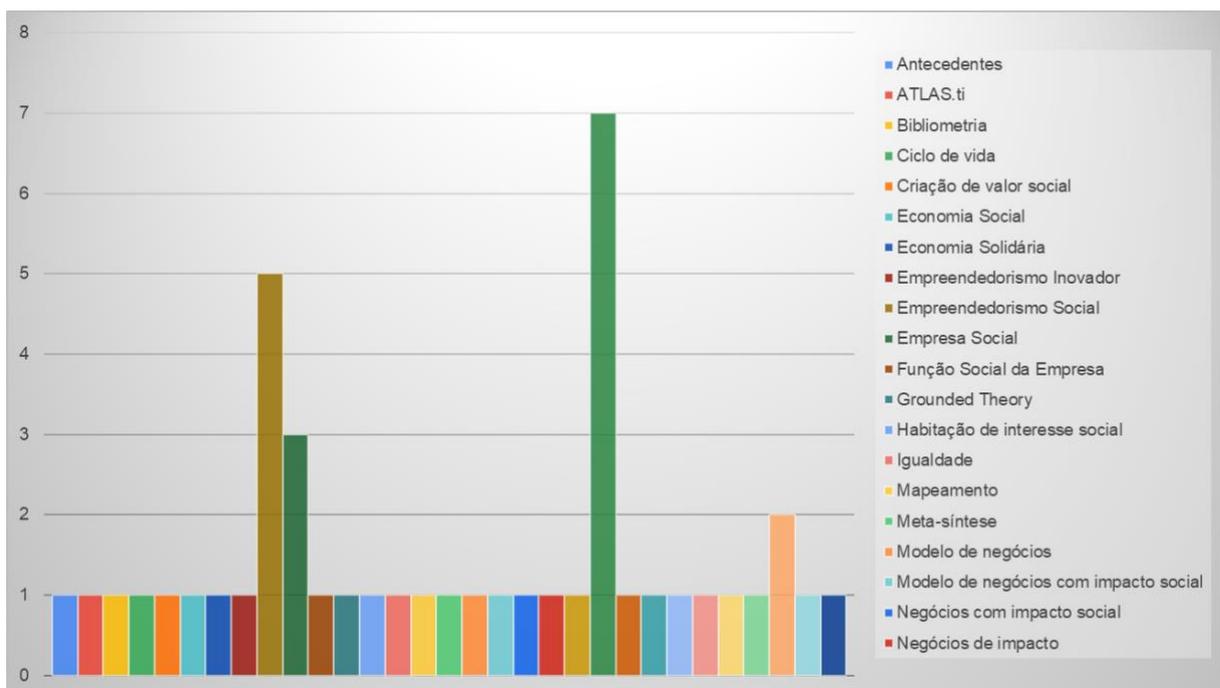
Gráfico 1: Seleção de artigos



Fonte: Autores, 2022

Observou-se que o construto “Negócios Sociais” foi mencionado 7 (sete) vezes nas palavras-chave (somente em português) dos artigos analisados, enquanto “Empreendedorismo Social” foi citado 5 (cinco) vezes, “Empresa Social”, 3 (três) vezes e Terceiro Setor, 2 (duas) vezes, já os demais tiveram apenas 1 (uma) menção, conforme o Gráfico 2.

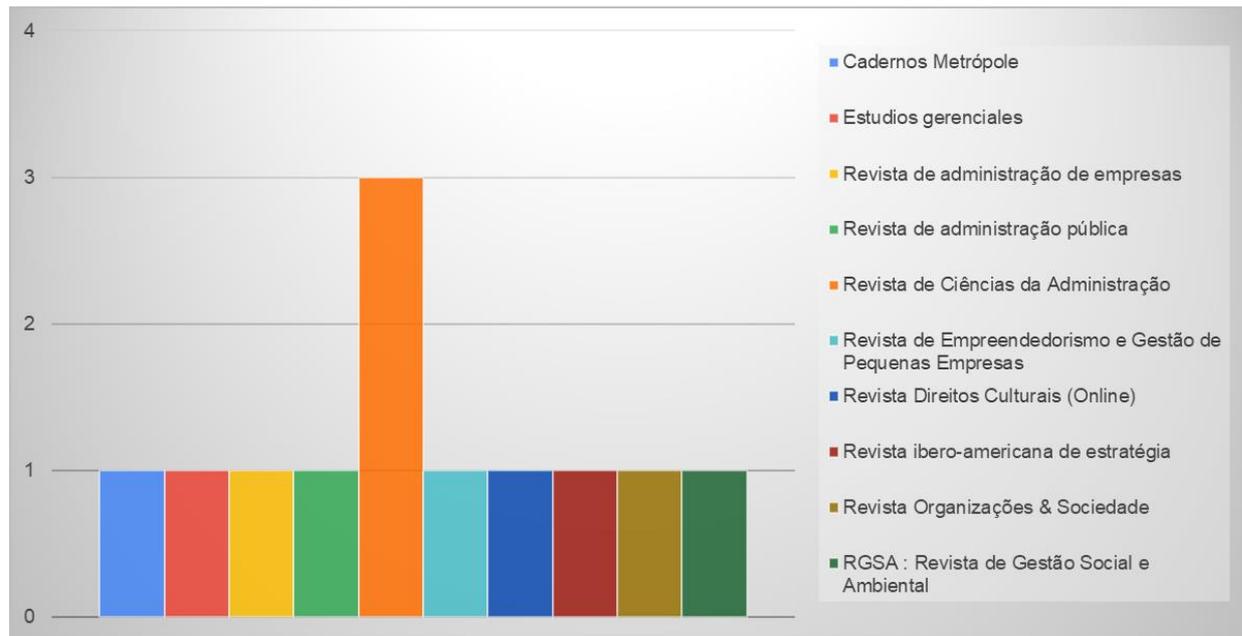
Gráfico 2: Distribuição de artigos



Fonte: Autores, 2022

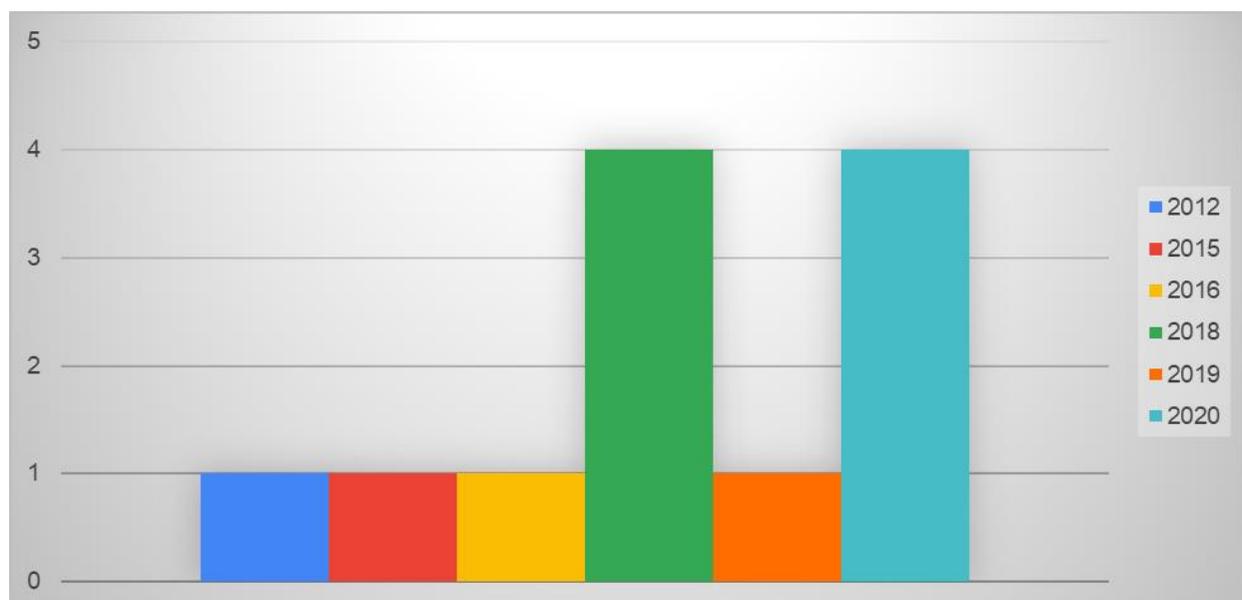
A Revista de Ciências da Administração foi o periódico científico que obteve mais publicações nos critérios escolhidos com 3 (três) artigos conforme Gráfico 3. Quanto ao ano de publicação, verifica-se que houve mais publicações nos anos de 2018 e 2020, cada um com 4 (quatro) artigos em consonância com o Gráfico 4:

Gráfico 3: Artigos por periódico



Fonte: Autores, 2022

Gráfico 4: Artigos por ano



Fonte: Autores, 2022

Quanto as abordagens presentes nos artigos selecionados, verificou-se que o conceito de Negócios Sociais não tem consenso quanto a sua definição e apresenta variações quanto ao seu entendimento, mas sempre convergindo para priorizar valor social e/ou ambiental com equilíbrio do resultado financeiro (CARMONA; DAÍ PRA MARTENS; FREITAS, 2020; WALCHHÜTTER; IIZUKA, 2019).

Alguns estudos evidenciam a relação entre empreendedorismo social e negócios sociais desde os antecedentes da orientação empreendedora que propulsiona a iniciativa dos fundadores até a forma de divisão ou não de lucros. O problema social é visto como inspiração para gerar uma oportunidade de negócios com propósito (CARMONA; DAÍ PRA MARTENS; FREITAS, 2020).

Costa e Itelvino (2018) reforçam o papel dos empreendedores sociais para fomentar negócios sociais com produtos, serviços educacionais, ambientais e de saúde, principalmente. No entanto, é importante frisar a necessidade de políticas específicas de financiamento direcionado para este tipo de negócio, pois a maioria dos empreendedores desse setor ainda assumem o risco de investir através de capital próprio (CARMONA; DAÍ PRA MARTENS; FREITAS, 2020).

Considerando que negócios sociais ainda é uma temática relativamente recente no contexto global e mais especificamente brasileiro foi percebido a preocupação em mapear tais organizações, assim Silva e Ilzuka (2018) encontraram em sua pesquisa 200 negócios sociais e 23 empresas aceleradoras fornecendo uma base de dados preciosa para o desenvolvimento de outros estudos haja vista a carência perceptível de literatura que proporcione evidenciar como negócios sociais equilibram sua viabilidade econômica com seu valor social ((FRANÇA FILHO; RIGO; SOUZA, 2020).

5 CONCLUSÕES

Esta pesquisa permitiu o entendimento das principais abordagens sobre negócios sociais em publicações no Brasil nos artigos científicos dos últimos 10 anos. Ressalta-se que os estudos apresentam, de modo geral, a indefinição quanto a conceituação de negócios sociais, seus sinônimos ((PETRINI; SCHERER; BACK, 2016b) bem como sobre a divisão ou não de lucros, embora em países em desenvolvimento, como o Brasil, aparente ser mais comum a distribuição de lucros (SILVA; IIZUKA, 2018).

No que tange sua relação com o empreendedorismo social, verifica-se que este se

comporta como um motivador para atitudes proativas em negócios com impacto social, transformando problemas em oportunidades através do senso de missão de seus idealizadores em agregar valor social a suas ações (BEZERRA-DE-SOUSA et al., 2019; CARMONA; DAÍ PRA MARTENS; FREITAS, 2020; GOMES JÚNIOR et al., 2020).

Outro ponto de destaque é a necessidade de expandir as pesquisas do tema para as demais regiões do país seja para estimular ações empreendedoras ou para fomentar a consolidação do campo de estudo no meio acadêmico, considerando uma lacuna de pesquisa o fato de 75,5% de negócios sociais se concentrarem no Sudeste (SILVA; IIZUKA, 2018). Assim é desejável a disseminação de negócios sociais pelo país, principalmente, no que tange a região da Amazônia brasileira que sofre com danos ambientais, econômicos e sociais.

Também é importante ressaltar que impacto social positivo de negócios sociais está intimamente ligado com ações de cunho ambiental (SILVA; MOURA; JUNQUEIRA, 2015), contudo não foi observado nos artigos um enfoque neste ponto, o que configura outra perspectiva a ser aprofundada em estudos posteriores.

A escolha de uma base de artigos em português pode ser apontada como um fator limitador para o estudo, tendo em vista que a quantidade de pesquisas no país ainda necessita ser ampliada.

REFERÊNCIAS

- ALANO, E. DO R. C. Aplicabilidade de um Modelo de Planejamento Estratégico em uma Organização Sem Fins Lucrativos. **PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP**, v. 11, n. 2, p. 101–116, 2019.
- ALBUQUERQUE, A. F. et al. Existem semelhanças entre as características do empreendedor social e do empreendedor privado? **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 15, n. 1, p. 41–55, 22 jun. 2021.
- ANESE, V.; COSTA, C.; COELHO, E. A. Impacto social das ações de uma organização sem fins lucrativos. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 12, n. 1, p. 61, 28 mar. 2018.
- BEZERRA-DE-SOUSA, I. G. et al. Social Value Generated by Social Enterprises: Reflections from A Metasynthesis. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 13, n. 2, p. 75–92, 2019.
- BRITO, M. F. DE; TAVARES, M. N. DA S.; SOARES, R. C. R. G. Importância do Terceiro Setor como alternativa de Gestão no aparato social. **Revista Multidisciplinar e de Psicologia**, v. 12, n. 42, p. 422–435, 2018.
- CARMONA, V. C.; DAÍ PRA MARTENS, C.; FREITAS, H. M. R. DE. Os Antecedentes da Orientação Empreendedora em Negócios Sociais. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 2, p. 71–96, 3 mar. 2020.
- CARMONA, V. C.; MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H. M. R. DE. Os Antecedentes da Orientação Empreendedora em Negócios Sociais. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 2, p. 71–96, 3 mar. 2020.
- CARVALHO, L. C.; VERISSIMO, P. C. Do empreendedorismo social à responsabilidade

- social corporativa: um estudo de caso. **HOLOS**, v. 7, p. 59–76, 22 dez. 2018.
- CASTRO, A. A. Revisão Sistemática e Meta-análise. 2001.
- CONCEIÇÃO, A. F. DA; SILVA, A. P. H. A Captação de Recursos e Gestão de Projetos no Terceiro Setor: O Caso da TV Ovo. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 7, n. 1, p. 24–44, 2019.
- COSTA, P. R. DA; ITELVINO, L. DA S. Grounded Theory com Utilização do Software Atlas.Ti: Um Exemplo Empírico de Estudo sobre Estratégia de Ascensão do Empreendedorismo Inovador em Negócios Sociais. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 17, n. 03, p. 17–40, 1 set. 2018.
- DALL'AGNOL, C. F. et al. Transparency and Accountability in Resource Mobilization in the Third Sector: a Multiple Case Study Conducted in Southern Brazil. **Revista Universo Contábil**, v. 13, n. 2, p. 187–203, 2017.
- DEFOURNY, J.; NYSSSENS, M. Conceptions of Social Enterprise in Europe and the United States: Convergences and Divergences. **Journal of Social Entrepreneurship**, v. 1, n. 1, p. 32–53, 2010.
- FRANÇA FILHO, G. C. DE; RIGO, A. S.; SOUZA, W. J. DE. A reconciliação entre o econômico e o social na noção de empresa social: limites e possibilidades (no contexto brasileiro). **Revista Organizações & Sociedade**, v. 27, n. 94, p. 556–584, set. 2020.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GOMES JÚNIOR, A. D. A. et al. Criação de Valor Compartilhado e Negócios Sociais: explorando relações entre estratégias e dimensões. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 17, n. 1, p. 24–48, 3 jan. 2020.
- GONÇALVES, F. L. P.; SUGAHARA, C. R.; FERREIRA, D. H. L. Sustentabilidade financeira em negócios sociais. **Revista Grifos**, v. 29, n. 49, p. 109–125, 2020.
- KERLIN, J. A. Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences. **Voluntas**, v. 17, n. 3, p. 247–263, 2006.
- KITCHENHAM, B. Procedures for Performing Systematic Reviews. 2004.
- NUNES, C.; WATANABE, M.; COSTA, E. S. Captação de Recursos Tecnológicos para Organizações do Terceiro Setor. **Revista Visão: Gestão Organizacional**, v. 9, n. 2, p. 20–31, 2020.
- OMAROV, E. Social entrepreneurship and what does it mean for management of consumer behavior. **Access Journal - Access to Science, Business, Innovation in the digital economy**, v. 1, n. 2, p. 86–102, 2020.
- PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Business model with a social impact. **RAE Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 2, p. 209–225, 2016a.
- PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Business model with a social impact. **RAE Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 2, p. 209–225, 2016b.
- RIBEIRO, M. C. P.; PINTO, N. S. DE C. Lucro do bem: o papel das instituições jurídicas na promoção de negócios sociais. **Revista Brasileira de Direito**, v. 14, n. 1, p. 212–230, 2018.
- SILVA, C. S.; IIZUKA, E. S. Mapeamento de negócios sociais e organizações congêneres no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**, v. 20, n. 52, p. 123–137, 22 dez. 2018.
- SILVA, M. DE F. DA; MOURA, L. R. DE; JUNQUEIRA, L. A. P. As Interfaces entre Empreendedorismo Social, Negócios Sociais e Redes Sociais no Campo Social. **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 42, p. 121–130, 14 ago. 2015.
- SILVA, T. D. S. et al. Empreendedorismo Social: um estudo sobre as estratégias de captação de recursos financeiros da APAE de Serra Talhada-PE. **Revista de Estudos e Pesquisas Avançadas do Terceiro Setor - REPATS**, v. 5, n. 1, p. 616–634, 10 out. 2018.
- TRANFIELD, D.; DENYER, D.; SMART, P. Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review*. **British Journal of Management**, v. 14, n. 3, p. 207–222, 2003.

WALCHHÜTTER, S.; IIZUKA, E. S. Tensões Organizacionais Inerentes como Elemento Distintivo à Natureza dos Negócios Sociais. **Revista de Ciências da Administração**, v. 21, n. 53, p. 129–143, 2019.

YUNUS, M.; MOINGEON, B.; LEHMANN-ORTEGA, L. Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. **Long Range Planning**, v. 43, n. 2–3, p. 308–325, abr. 2010.