

EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM ORGANIZAÇÕES SOCIAIS

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN SOCIAL ORGANIZATIONS

1

Fábio Luiz Papaiz Gonçalves

Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas)


fabiopapaiz@gmail.com

 *orcid* <https://orcid.org/0000-0002-7891-2267>

Cibele Roberta Sugahara

Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas)

cibele.sugaharaa@gmail.com

 *orcid* <https://orcid.org/0000-0002-3481-8914>

Denise Helena Lombardo Ferreira

Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas)

lombardo@puc-campinas.edu.br

 *orcid*: <http://orcid.org/0000-0002-3138-2406>

Samuel Carvalho De Benedicto

Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas)

samuel.benedicto@puc-campinas.edu.br

 *orcid*: <https://orcid.org/0000-0002-4591-6077>

DOI: <https://doi.org/10.36942/reni.v5i2.329>

RESUMO

Os aspectos conceituais que envolvem o empreendedorismo social evidenciam a preocupação com a promoção do bem-estar social, inclusão social e geração de transformações sociais. O empreendedorismo social permite criar novas maneiras para lidar com os problemas sociais. O objetivo é verificar como os empreendimentos sociais como os Negócios Sociais atendem às necessidades da população

¹Esse artigo é parte da dissertação intitulada sobre Negócios Sociais, geração de valor socioambiental e sustentabilidade, realizada no Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Sustentabilidade da Pontifícia Universidade Católica de Campinas/SP.

de baixa renda, sobretudo para propiciar acesso aos serviços e produtos essenciais para uma vida digna. A metodologia da pesquisa caracteriza-se como qualitativa descritiva. Os cinco empreendimentos sociais estudados atuam com atividades de educação, saúde ou geração de emprego. Para a coleta de dados foi utilizada a técnica da entrevista semi-estruturada aplicada aos gestores das organizações. Os resultados permitem observar que as atividades das cinco organizações estudadas estão orientadas para a inclusão social em prol do desenvolvimento social.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social. Inovação Social. Empreendedor social.

ABSTRACT

The conceptual aspects involving social entrepreneurship highlight the concern with the promotion of social welfare, social inclusion and generation of social transformations. Social entrepreneurship allows us to create new ways to deal with social problems. The aim of this paper is to verify how the social entrepreneurship such as Social Business meeting the needs of the low-income population, especially to provide access to essential services and products for a decent life. The research methodology is characterized as descriptive qualitative. The five social enterprises studied work in the areas of education, health or employment. For data collection, the research used the semi-structured interview technique applied to the managers of the organizations. The results show that the activities of the five organizations studied seem to be oriented towards social inclusion in favor of social development.

Keywords: Social Entrepreneurship, Social innovation, Social entrepreneur

JEL Classification: L26 - Entrepreneurship.

1. INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea, a inovação social e o empreendedorismo assumem papel fundamental na busca de alternativas aos problemas sociais. A inovação social busca criar novas formas, produtos e serviços que atendam principalmente, a população de baixa renda. Tendo em vista que grande parte da população, sobretudo a mais pobre, vive em condição de miséria, a inovação social pode auxiliar essa camada da população a criar melhores condições de vida.

A inovação social e o empreendedorismo social contribuem com a solução de problemas sociais que são comuns entre os países. Nesse sentido é importante considerar os problemas sociais de forma significativa a partir de alternativas duradouras para a população.

Um dos maiores problemas do Brasil é a exclusão social, que tem como principais causas a desigualdade social, e a má distribuição de renda. No entanto, não são apenas os problemas sociais, mas também os aspectos econômicos e políticos que podem contribuir para a melhoria da distribuição de renda e bem-estar social (Comini; Fischer, 2012).

A inovação social é uma forma de inovação que surgiu na Europa voltada para discutir soluções aos problemas sociais. A inovação social estimula a cooperação entre os atores envolvidos para que, desta forma, possam causar transformações sociais de impacto (Bignetti, 2011). Neste sentido, o atendimento de necessidades sociais pode ocorrer ao se utilizar tecnologias que promovam os serviços e satisfazem as necessidades da população de baixa renda. As inovações sociais representam uma solução criativa para uma necessidade não satisfeita de um segmento social excluído (Gupta; Dey; Singh, 2017).

Um dos exemplos de inovação social é o empreendedorismo social, que tem recebido especial atenção, pois se apresenta como uma proposta de contribuir para a diminuição das desigualdades sociais e econômicas (Iizuka; Varela; Larroude, 2015). O empreendedorismo social é um processo no qual empreendedores sociais criam empresas sociais. Assim, o empreendedorismo social considerando a sua missão pode desenvolver atividades sociais com o envolvimento de pessoas que atuam nas esferas pública e privada. Como ressaltam Defourny e Nyssens (2008), empreendedores sociais criam novas maneiras de lidar com problemas sociais. O objetivo deste artigo é apresentar aspectos conceituais do

empreendedorismo social e verificar como estes aspectos se evidenciam em algumas organizações sociais.

2. INOVAÇÃO SOCIAL

A globalização desencadeou a necessidade de solucionar problemas sociais, como, por exemplo, exclusão social, baixa qualidade da educação e desemprego (Fernandes, 2014). As empresas privadas não impedem a destruição do meio ambiente e nem sempre desenvolvem ações orientadas para os problemas das comunidades. Dessa forma, surge o conceito de valor compartilhado, que envolve a criação de valor econômico e social juntamente com a solução de necessidades da população. Neste sentido, é importante que os objetivos das empresas privadas estejam conectados ao progresso social dos países (Porter; Kramer, 2011).

No sistema capitalista, os problemas sociais também são contemplados a partir de políticas públicas, ações e projetos das empresas. No entanto, nem sempre as organizações contemplam em suas estratégias ações orientadas para a geração de benefícios sociais e ambientais para a sociedade (Porter; Kramer, 2011).

É neste contexto que se inserem as inovações que, neste estudo é abordada a partir do contexto da inovação social. Cabe destacar que, a inovação social se difere da inovação tecnológica. A inovação tecnológica tem como objetivo a criação de valor; é considerada um objetivo intermediário para as empresas que a utiliza em suas operações para melhorias contínuas em produtos e processos (OECD, 2018). A inovação tecnológica cria ou adiciona características a um bem e permite inovar em métodos de produção. A inovação social tem como missão um propósito social, assim os resultados são orientados para o bem-estar da população. Contudo, o escopo conceitual da inovação para lidar com problemas sociais permite destacar que os conceitos sobre a inovação social e a inovação tecnológica não são excludentes (Bignetti, 2011).

A inovação social busca o bem-estar social, a inclusão e a solidariedade (João; Galina, 2013). O objetivo principal da inovação social é encontrar soluções para problemas sociais atendidos de forma insuficiente pelo Estado e por empresas tradicionais (Bignetti, 2011). Para Mulgan (2006), a inovação social refere-se a produtos e serviços inovadores que buscam satisfazer uma necessidade social.

Neste sentido, a inovação social é uma combinação de práticas sociais desenvolvidas com o objetivo de satisfazer necessidades e problemas da sociedade. A inovação é considerada social quando é difundida pela sociedade e possibilita gerar novas práticas sociais. Assim, quando a inovação social é aceita pelo público-alvo é possível criar novos serviços para a sociedade. Diante disso, podem resultar em mudanças em relação aos aspectos culturais, econômicos, sociais, ambientais de uma sociedade (Howaldt; Schwarz, 2010).

O Quadro 1 destaca atributos sobre a inovação social a partir da literatura.

Quadro 1: Atributos da Inovação Social

Autores	Atributos
Cloutier (2003)	A inovação social pode provocar mudanças significativas para a sociedade.
Mulgan (2006)	A inovação social são atividades inovadoras que satisfazem necessidades sociais.
Phills; Deiglmeier e Miller (2008)	A inovação social pode contribuir para solucionar um problema social.
Echeverria (2008)	A inovação social refere-se a valores sociais, como bem-estar, qualidade de vida, inclusão social, qualidade do meio ambiente e eficiência dos serviços públicos.
Pol e Ville (2009)	A inovação social pode gerar bem estar social.
Ellis (2010)	A inovação social cria valor e beneficia a sociedade; é encontrada no setor público, civil e privado e pode ser usada comercialmente ou não.
Howaldt e Schwarz (2010)	A sociedade desenvolve inovações sociais com novas práticas, instituições e tecnologia; elas são socialmente relevantes, criadas por atores sociais e desenvolvem a sociedade. São necessárias para atender problemas da população.
Moore e Westley (2011)	As inovações sociais são iniciativas e programas que mudam rotinas, recursos e fluxos de um sistema social.
Klein <i>et al.</i> (2012)	As inovações sociais atuam em diferentes áreas e criam melhores condições de vida para a sociedade. São maneiras de coordenação e governança que utilizam e economia social e a sociedade.
Joao e Galina (2013)	A inovação social tem foco em desafios sociais, busca solucioná-los é gerada principalmente por organizações com missão social.
Macleán <i>et al.</i> (2013)	A inovação social tem a capacidade de mudar o sistema, renovar comunidades, promover o bem-estar e sustentabilidade ambiental.
Cajaiba-Santana (2014)	As inovações sociais têm ganhado importância pelo interesse das pessoas e governos em problemas sociais.
Estensoro (2015)	A inovação social envolve mudanças na forma de gerar aprendizado e colaboração em um ambiente coletivo.

Saji e Ellingstad (2016)	As inovações sociais são ideias que solucionam necessidades sociais, como condições de trabalho, educação, saúde e outras e podem ser desenvolvidas por organizações públicas, privadas com ou sem fins lucrativos.
Sharra e Nyssens (2015)	É utilizada no empreendedorismo social e no desenvolvimento local.

Fonte: Elaborado a partir dos autores.

Os atributos sobre inovação social identificados na literatura revelam o potencial da inovação social para a criação de valor social, o que pode possibilitar a inclusão social e promoção da cidadania. Isso ocorre quando as soluções são baseadas em necessidades sociais de cada contexto sem que se perca a ideia principal de verificar a realidade a partir de uma visão holística e coletiva.

Em associação, entende-se que a inovação social corresponde a uma solução preconizada por um problema social, mostrando-se válida para a resolução de desafios sociais e respostas às necessidades da população. A concepção deste cenário aplica-se a uma realidade interacionista entre o meio e a população envolvida e, que depende, sobretudo da cooperação e do aprendizado coletivo.

Cloutier (2003) destaca que as inovações sociais promovem o desenvolvimento de comunidades, ações colaborativas e aprendizagem. Mulgan (2006) enfatiza que as inovações sociais existem para satisfazer necessidades sociais da população.

Porém, é relevante destacar o baixo investimento em inovações sociais, ao considerar a escassez de incentivo material para a sua criação. Neste sentido, reconhece-se a importância do setor público em estimular a criação de mecanismos voltados para o seu desenvolvimento (Pol; Ville 2008). A inovação social pode ser desenvolvida por negócios sociais, empresas com ou sem fins lucrativos, bem como por agentes individuais.

As instituições governamentais nem sempre conseguem prover soluções que atendam de forma suficiente aos problemas sociais. É neste contexto que se inserem os empreendimentos orientados para a inovação social. Nesta perspectiva, estudiosos, pesquisadores e empresários têm orientado ações para o desenvolvimento de inovação social (Massad; Fossari; Lapolli, 2017).

Neste âmbito, reforça-se que o desenvolvimento da inovação social pode ser fomentado a partir do reconhecimento de uma necessidade da população que não é atendida (Mulgan, 2006). Como ressaltam Mazoni, Oliveira e Pigarro (2016), a inovação social tem foco na satisfação de necessidades humanas que o mercado não supre.

É fundamental destacar que a inovação social pode resultar em adoção de novas práticas sociais e os seus benefícios não são imediatos (Goldenberg *et al.*, 2009).

Como destacam Phills, Deiglmeier e Miller (2008), a inovação social apresenta-se como uma forma de criar soluções mais eficientes para um problema social (Phills; Deiglmeier; Miller, 2008). Neste contexto, os empreendimentos sociais podem recorrer à inovação social para efetivarem ações e atender a objetivos comuns relacionados a uma demanda social da sociedade.

3. EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Os modelos de negócios parecem não ser suficientes para solucionar importantes problemas sociais dos países (OECD, 2010). Neste sentido, o empreendedorismo social, cuja missão é social, parece ser um modelo de negócio que pode contribuir para atender as necessidades da população. A medida de desempenho do empreendedor social pode ser avaliada a partir do impacto gerado na sociedade (Baggenstoss; Donadone, 2013).

O empreendedorismo social parece estar orientado para soluções coletivas. Assim, no empreendedorismo social o lucro não é o objetivo principal. O Quadro 2 apresenta os elementos relacionados ao empreendedorismo social identificados a partir da literatura.

Quadro 2: Elementos do Empreendedorismo Social

Autores	Atributos
Dees (2001)	O empreendedorismo social combina uma missão social com uma imagem de disciplina e inovação.
Phills; Deiglmeier e Miller (2008)	O empreendedorismo social adota uma missão e cria valor social.
Bessant eTidd (2009)	O empreendedorismo social não é somente filantropia, ele utiliza princípios empreendedores.
Dacin; Dacin e Tracey (2011)	O empreendedorismo permite a criação de mudanças sociais para solucionar problemas da população em países desenvolvidos e subdesenvolvidos.
Santos (2012)	É um fenômeno vibrante em países desenvolvidos, que cria novas indústrias, valida modelos de negócios e busca solução para os problemas sociais.
Huybrechts e Nicholls (2012)	É um processo no qual resultados sociais e ambientais são mais importantes comparado com a maximização do lucro de negócios tradicionais.
Shaw e De Bruin (2013)	O empreendedorismo pode estar orientado para a educação, o meio ambiente, a saúde e outras áreas importantes para a sociedade.

Baggenstoss e Donadone (2013)	Busca gerar valor social e impacto positivo para a população e não a geração de riqueza.
Cajaiba-Santana (2014)	O empreendedorismo propicia a criação de inovações sociais.
Phillips <i>et al.</i> (2015)	O empreendedorismo social é um negócio com missão social.
Iizuka; Varela e Larroude (2015)	O empreendedorismo social cuja missão é social também envolve a comercialização de bens e serviços e a geração de impacto social positivo.
Comini (2016)	O empreendedorismo social inclui organizações sem fins lucrativos, empreendimentos sociais e ambientais e iniciativas socioambientais de empresas.

Fonte: Elaborado a partir dos autores.

A partir do Quadro 2 percebe-se que os principais elementos sobre o empreendedorismo social apontados na literatura envolvem: a orientação para a missão social, a criação de valor social, a tentativa de desenvolver iniciativas para solucionar problemas sociais.

O empreendedorismo social requer cooperação entre parceiros envolvidos com o negócio e a geração de valor (Santos, 2012). Neste contexto, pode-se afirmar que o foco é a interação entre governos e a sociedade civil para proporcionar melhoria das condições sociais e econômicas da população.

Verifica-se, todavia, que o empreendedorismo social visa resultados sociais e ambientais, sem priorizar o lucro e outras estratégias. A difusão dos modelos de inovação social pelos empreendedores sociais ocorre pelo mercado, ao escalar suas iniciativas com parcerias e buscar o desenvolvimento sustentável. O empreendedorismo social pode envolver várias áreas, como: bem-estar e saúde, educação, desenvolvimento econômico, justiça social e planejamento ambiental (Huybrechts; Nicholls, 2012).

A fim de viabilizar a operação das atividades, existem empreendimentos sociais que contam com o apoio financeiro e operacional para programas sociais. O empreendedorismo social pode ser desenvolvido por empresas com ou sem fins lucrativos. Com o empreendedorismo social as organizações podem lançar novos produtos e métodos de produção (Phills; Deiglmeier; Miller, 2008).

Cabe destacar que, um dos desafios do empreendimento social refere-se à falta de capital para seus modelos, pois existem escassez de financiamento, além disso o mercado nem sempre reconhece o seu valor ao considerar a incerteza do retorno financeiro (Mariano *et al.*, 2017).

A partir do exposto, percebe-se que os empreendedores sociais assumem importante papel para a promoção de soluções e alternativas para as questões sociais, como se pode observar a partir dos atributos sobre empreendedores sociais evidenciados no Quadro 3.

Quadro 3: Atributos de empreendedores sociais

Autores	Atributos
Dees (2001)	Os empreendedores sociais são agentes de mudança, possuem uma missão que cria valor social.
Farfus e Rocha (2007)	O empreendedor social cria novas tecnologias, processos e metodologias.
Huybrechts e Nicholls (2012)	Os empreendedores sociais imaginam novos modelos para que tenham recursos financeiros.
Comini e Fischer (2012)	Os empreendedores sociais se diferenciam pois buscam uma mudança social para a população.
Phillips <i>et al.</i> (2015)	Os empreendedores sociais buscam soluções sociais de acordo com a realidade de diferentes comunidades.

Fonte: Elaborado a partir dos autores.

Para Dees (2001), Farfus e Rocha (2007) e Phillips *et al.* (2015), a geração de valor social é essencial para os empreendedores sociais. Dees (2001), Huybrechts e Nicholls (2012) defendem que os recursos são importantes para que os empreendedores atinjam seus objetivos.

Na literatura, percebe-se que o conceito sobre empreendedores sociais envolve principalmente indivíduos visionários, que criam mudanças sociais e usam ideias inovadoras e aprendizado sobre sua área de atuação (Dees, 2001; Farfus; Rocha, 2007; Huybrechts; Nicholls, 2012; Phillips *et al.*, 2015).

Os empreendedores sociais buscam proporcionar mudanças fundamentais no âmbito social, criar mudanças sistêmicas e sustentáveis. A conquista de lucro, riqueza e satisfação do desejo dos consumidores pode ser parte dos objetivos do empreendedorismo social, mas são meios para um fim social e não o objetivo dessas organizações. Empreendedores sociais buscam um retorno social de longo prazo para os investimentos (Dees, 2001).

Uma importante diferença entre o empreendedorismo social e as empresas privadas reside no fato do setor privado estar orientado para a obtenção de lucro, já os empreendedores sociais buscam trazer soluções sociais por meio da inovação social para a sociedade (Phillips *et al.*, 2015).

Adicionalmente, os empreendedores sociais criam valor social, reconhecem oportunidades e utilizam inovações contínuas (Dees, 2001). As pessoas que trabalham com

empreendedorismo social são inovadoras, quebram limites, desenvolvem novos modelos; inovam na estrutura de seus programas ou na captação de recursos. Os empreendedores sociais usam recursos escassos com eficiência e alavancam recursos limitados (DEES, 2001).

4. METODOLOGIA

A metodologia do estudo caracteriza-se como qualitativa descritiva. Os empreendimentos sociais estudados foram selecionados a partir de uma amostra intencional de organizações aceleradas pela Organização da Sociedade Civil Artemísia, que apoia empreendimentos sociais cuja finalidade é gerar impacto positivo para sociedade (Artemisia, 2018).

A amostra é composta por cinco gestores de distintas organizações que atuam com atividades de educação, saúde e geração de emprego. Neste estudo os empreendimentos sociais são denominadas como: Organização A, Organização B, Organização C, Organização D e Organização E. A coleta de dados foi realizada a partir da entrevista semi-estruturada junto aos gestores das organizações.

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os aspectos conceituais que envolvem o empreendedorismo social apresentados na literatura evidenciam a preocupação com a promoção do bem-estar social, inclusão social e geração de transformações sociais. As atividades realizadas pelas cinco organizações estudadas evidenciam o desenvolvimento de atividades inclusivas em prol do desenvolvimento social.

A Organização A é um empreendimento social que oferta serviços para promover acesso à inserção das pessoas no mercado de trabalho. A Organização B é um empreendimento social que oferta equipamentos de audição de baixo custo o que pode promover acesso às pessoas de baixa renda. A Organização C é um empreendimento social que desenvolve produtos sustentáveis como, por exemplo, aquecedores solar com baixo custo para a população. A Organização D tem como foco o acesso a conteúdo para uso no ensino de escolas dos níveis fundamental e médio, por meio de uma plataforma virtual de

aprendizagem. A Organização E foca o acesso ao ensino do idioma inglês a partir de uma plataforma colaborativa virtual.

Os aspectos observados nos empreendimentos sociais apresentam componentes que contribuem para a geração de valor socioambiental relacionados ao acesso à educação, serviços ou equipamentos de saúde, e vagas de emprego.

A análise da geração de valor socioambiental da Organização A revela que, a forma como o empreendimento social propicia acesso aos cursos preparatórios, a partir de uma plataforma virtual para a inserção no mercado de trabalho, gera oportunidade aos jovens para concorrer às vagas oferecidas por empresas. O acesso aos serviços contemplam: aulas interativas e dinâmicas aos candidatos às vagas de emprego. Essa forma de agir pode contribuir para a resolução de dificuldades em relação as interações com o mundo do trabalho.

Na Organização B a geração de valor socioambiental ocorre com o acesso a produtos e equipamentos auditivos de baixo custo para a população e, que prezam por critérios de sustentabilidade, com o uso de materiais renováveis, como no caso das baterias solares. Além disso, são ofertados à população serviços gratuitos para crianças, como acompanhamento com fonoaudiólogos.

Em relação à Organização C, o empreendimento desenvolve aquecedores solares com custo acessível à população de baixa renda. Observa-se que a geração de valor socioambiental decorre do uso de materiais renováveis que podem mitigar danos ambientais. O empreendimento social disponibiliza para a população cursos sobre como construir aquecedores solares que sejam sustentáveis.

Na Organização D a geração de valor socioambiental ocorre com a disponibilidade de conteúdos educacionais com o uso de plataforma digital de baixo custo que são ofertados às escolas de ensinos fundamental e médio. O acesso ao conteúdo pode promover melhores condições para o ensino de qualidade.

A Organização E é um empreendimento que se preocupa em ofertar serviços de ensino do idioma inglês com custos menores quando comparados aos praticados pelo mercado.

Na literatura, é possível observar que o empreendedorismo social caracterizam-se como um empreendimento orientado para uma missão social (Dees, 2001; Phills; Deiglmeier; Miller, 2008. Sobre a inovação social em empreendimentos sociais Dees (2001); Huybrechts e Nicholls (2012); Philips *et al.* (2015) destacam a inovação como uma forma de criar valor a

partir da oferta de serviços e produtos à população. Em complemento, Huybrechts e Nicholls (2012) expõem que os empreendimentos sociais embora tenham uma missão social também podem objetivar a geração de lucro e ser autossustentáveis.

Desse modo, ao observar as organizações A, B, C, D e E em relação a missão social e a inovação social, percebe-se o aperfeiçoamento de iniciativas orientadas para diminuir a carência de oportunidades em prol da inserção social e cidadania. Neste contexto, os empreendimentos sociais estudados atuam como agentes que cobrem a carência de serviços públicos, assistência médica e educação, provendo acesso a serviços que contribuem para a participação das pessoas - enquanto agentes ativos - da vida social da comunidade.

É importante destacar que a inovação e o empreendedorismo social buscam criar valor social, mas os resultados econômicos podem ser parte da missão (Massad; Fossari; Lapoli, 2017). Como destaca Sen (2000, p. 297) os valores sociais podem "desempenhar um papel importante no êxito de várias formas de organização social, incluindo o mecanismo de mercado".

Quadro 4: Aspectos conceituais entre Inovação Social e Empreendedorismo Social

Inovação Social	Empreendedorismo Social
Permite a criação de valor social	Permite a criação de valor social
Tem como enfoque questões sociais	Tem como enfoque missão social
Os resultados da inovação social podem beneficiar diferentes comunidades.	Procura melhorar a qualidade de vida da sociedade
Busca o bem-estar social	Preocupa-se com o coletivo
Busca criar soluções para problemas sociais	Atua com soluções para diminuir a desigualdade social
Procura provocar mudanças sociais	Procura causar impacto social
Permite a inclusão social	Procura resultados sociais e ambientais
Busca criar soluções inovadoras sustentáveis	Gera impactos sociais e ambientais positivos para a população a partir da inovação social.
Envolve o desenvolvimento de alternativas para questões sociais que sejam autossustentáveis	Busca a sustentabilidade financeira do empreendimento

Fonte: Elaborado pelos autores.

O estudo permite observar que as organizações estudadas atendem aos aspectos conceituais sobre inovação social e empreendedorismo social apontados no Quadro 4. Os aspectos conceituais entre a inovação social e o empreendedorismo social apresentam

complementariedade. Neste sentido, são orientados para uma missão social que primam pelo atendimento de necessidades identificadas no contexto social ou criadas em prol da geração de valor e bem-estar social.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inovação social e o empreendedorismo social possuem aspectos conceituais comuns, circunscritos principalmente na busca por soluções para problemas sociais. Essa conexão estabelece um relevante encadeamento entre a inovação social e o empreendedorismo social no escopo do desenvolvimento humano. A criação de oportunidades sociais por meio do acesso a serviços e produtos potencializa melhorias para a qualidade de vida e inserção social da população.

Ao apresentar soluções para necessidades da população, na tentativa de resolver necessidades humanas que o mercado não supre, e causar impactos positivos para a sociedade, acredita-se que o empreendedorismo social cumpre a sua missão.

Assim, argumenta-se que as disposições sociais na busca por expansão das oportunidades sociais promovidas pelas organizações estudadas requerem a adoção de mecanismos de mercado, como os praticados pelas organizações a partir da comercialização de produtos e serviços, que permitam a sustentabilidade do empreendimento. É interessante, observar que a inovação social tem uma base conceitual mais abrangente comparada com o empreendedorismo social e, neste sentido, pode criar circunstâncias favoráveis para a manutenção dos serviços ofertados por empreendimentos sociais.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

ARTEMISIA. **Negócios sociais**. Disponível em: <<http://www.artemisia.org.br>>. Acesso em: 27 abr. 2018.

BAGGENSTOSS, S.; DONADONE, J. C. Empreendedorismo Social: reflexões acerca do papel das organizações e do Estado. **Gestão e Sociedade**, Belo Horizonte, v. 7, n. 16, p. 112-131, 2013.

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

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

CAJAIBA-SANTANA, G. Social Innovation: Moving the field forward: a conceptual framework. **Technological Forecasting and Social Change**, v.82, n.1, p.42-51, 2014.

CLOUTIER, J. **Qu'est-ce-que l'innovation sociale?** Quebec: CRISES, 2003.

COMINI, G. M. **Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras**. 166f. 2016. Tese (Livre-Docência) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

COMINI, G.; FISCHER, R. M. Sustainable development: from responsibility to entrepreneurship. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 47, n. 3, p. 363-369, 2012.

COMINI, G. M.; FISCHER, R. M. **Lições da Prática: Reflexões sobre os elos entre organizações da sociedade civil e negócios de impacto socioambientais**. São Paulo: Instituto de Cidadania Empresarial, 2017.

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

DEES, J. G. **The meaning of "Social Entrepreneurship"**. USA: Stanford's Graduate School of Business, 2001.

DEFOURNY, J.; NYSENS, M. Social enterprise in Europe: recent trends and developments. **Social Enterprise Journal**, v.4, n.3, p. 203-228, 2008.

ECHEVERRÍA, J. El Manual de Oslo e la Innovación Social. **ARBOR Ciência, Pensamiento e Cultura**. CLXXXIV 732, p. 609-619, 2008.

ELLIS, T. **The news pioneers: sustainable business success through social innovation and social entrepreneurship**. London: Wiley, 2010.

ESTENSORO, M. How Can Social Innovation be Facilitated? Experiences from an Action Research Process in a Local Network. **Springer Science Business Media**, New York, v. 28, p.527-545, 2015.

FARFUS, D.; ROCHA, M. C. S. (Orgs.). **Inovações sociais**. Curitiba: FIEP – Federação das Indústrias do Estado do Paraná, 2007.

FERNANDES, C. R. O. C. **Tecnologia social: o papel do terceiro setor no fomento de inovações para a sociedade**. Rio de Janeiro: FGV, 2014.

GOLDENBERG, M. *et al.* Social Innovation in Canada: an update. **CPRN: Canadian Policy Research Networks**, 2009. Disponível em: <http://test.communitysector.nl.ca/sites/default/files/practical_resources/2011/social_innovation_in_canada.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2018.

GUPTA, A.; DEY, A.; SINGH, G. Connecting Corporations and Communities: Towards a theory of social inclusive open innovation. **Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity**, v. 3, n. 17, p. 2-34, 2017.

HOWALDT, J.; SCHWARZ, M. **Social Innovation**: Concepts, research fields and international trends. Dortmund: International Monitoring, 2010.

HUYBRECHTS, B.; NICHOLLS, A. Social Entrepreneurship: Definitions, Drivers and Challenges. In: VOLKMANN, C.; TOKARSKI, K.; ERNST, K. (Eds.). **Social Entrepreneurship and Social Business**: An Introduction and Discussion with Case Studies. Gabler Verlag. Springer Fachmedien Wiesbaden. p. 31-48, 2012.

IIZUKA, E. S.; VARELA, C. A.; LARROUDE, E. R. A. Social business dilemmas in Brazil: Rede Asta Case. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo. v. 55, n.4, p.385-396. 2015.

JOAO, I. S.; GALINA, S. V. R. Práticas efetivas na geração de inovação social. In: Congresso Latino Ibero-Americano de Gestão de Tecnologia, 15., Porto/PT, 2013. **Anais...**, Porto: ALTEC, 2013.

KLEIN, J. L. *et al.* The Quebec system of social innovation. A focused analysis on the local development field. **Finisterra – Revista Portuguesa de Geografia**, Lisboa, v. 47, n. 94, p. 9-28, 2012.

MACLEAN, M; HARVEY, C.; GORDON, J. Social innovation, social entrepreneurship and the practice of contemporary entrepreneurial philanthropy. **International Small Business Journal**, v.31, n.7, p.747-763, 2013.

MARIANO, A. *et al.* **Lições da Prática**: Reflexões sobre os elos entre organizações da sociedade civil e negócios de impacto socioambientais. São Paulo, Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) e Ashoka, 2017. Disponível em: <<http://ice.org.br/wp-content/uploads/2017/09/Lições-da-Prática.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2019.

MASSAD, D. O.; FOSSARI, I. M.; LAPOLLI, E. M. **Inovação Social e empreendedorismo social**: uma revisão integrativa. Santa Catarina: UFSC, 2017.

MAZONI, M. M.; OLIVEIRA, Y. B.; PIGATTO, G. A. S. Inovação Social e Agricultura. **Fórum Ambiental da Alta Paulista**, v. 12, n. 2, p. 43-56, 2016.

MOORE, M. L.; WESTLEY, F. Surmountable chasms: Networks and social innovation for resilient systems. **Ecology and Society**, v.16, n.1, p. 1-13, 2011.

MULGAN, G. The process of social innovation. **Innovations**: Technology, Governance, Globalization, v.1, n.2, p. 145-162, S 2006.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **Oslo Manual**: guidelines for collecting, reporting and using data on innovation, 4 ed. 2018. Disponível em: <<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264304604-en.pdf?expires=1570402481&id=id&accname=guest&checksum=0FE71659F5B64A96B7E8C06F9187BAD9>>. Acesso em: 14 ago. 2019.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). Social Entrepreneurship and Social Innovation. In: **SMEs, Entrepreneurship and innovation**. Paris: OECD, 2010. p. 185–215.

PHILLIPS, W. *et al.* Social Innovation and Social Entrepreneurship: A systematic Review. **Group and Organizational Management**, v. 40, n. 3, p. 428-461, 2015.

PHILLS, J. A.; DEIGLMEIER, K.; MILLER, D. T. Rediscovering Social Innovation. **Stanford Innovation Review**, p. 34-43, Fall 2008.

POL, E.; VILLE, S. P. Social innovation: buzz word or enduring term? **Journal of socio-economics**, v. 38, n. 6, p. 878-885. 2009.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Creating shared value. **Harvard Business Review**, p. 62-77, jan./fev. 2011.

SAJI, B. S.; ELLINGSTAD, P. Social innovation model for business performance and innovation. **International Journal of Productivity and Performance Management**, v. 65, n. 2, p.256-274, 2016.

SANTOS, F. M. A positive theory of social entrepreneurship. **Journal of Business Ethics**, v.111, n.3, p.335-351, 2012.

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SHARRA, R.; NYSENS, M. **Social Innovation**: an interdisciplinary and critical review of the concept. Louvain: Université Catholique de Louvain, 2015. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/b46a/2f4e83789220bda416fcb8ac01964156e73d.pdf?_ga=2.80604375.1142538690.1566826634-479567726.1566826634>. Acesso em: 26 ago. 2019.

SHAW, E.; DE BRUIN, A. Reconsidering capitalismo: The promise of social innovation and social entrepreneurship? **International Small Business Journal**, v.31, n.7, p.737-746, 2013.