

NEGÓCIOS SOCIAIS: um negócio de valor¹

Vilma Aparecida Caseiro
vilmac@fia.com.br

Mara Solange da Silva Amaral
maramaralpsi@gmail.com

Angelina Maria de Oliveira Licório
angelina.licorio@ifro.edu.br

Celso Machado Junior
celso.junior@online.uscs.edu.br

Palavras-chave: Negócios Sociais; Inovação social; Impacto social; Geração de valor.

1. INTRODUÇÃO

Há um complexo desequilíbrio social, resultante de um sistema econômico vigente, que envolve, particularmente, a pobreza, a exclusão e a desigualdade social, o desgaste excessivo e o esgotamento dos recursos naturais dentre outros. Neste cenário, novos modelos de negócios são experimentados com o intuito de gerar valor social e/ou ambiental, além do econômico.

1.1. Pergunta Problema e Objetivos

Pergunta Problema

Qual a compreensão, o conceito e o alcance dos Negócios Sociais como instrumento de integração entre objetivos sociais e/ou ambientais e econômicos?

Objetivo Geral: identificar a construção dos significados de Negócios Sociais nos estudos relacionados ao tema.

Objetivos específicos:

Compreender os cenários onde estão inseridos os Negócios Sociais;

Identificar os significados de Negócios Sociais na produção científica;

Avaliar o conceito e o alcance dos Negócios Sociais.

¹ Trabalho apresentado no Eixo 3: Redes Organizacionais e Inovação do ENGECE, realizado de 25 a 27 de outubro de 2021.

1.2 Justificativa

Compreender conceito, significados e alcance dos Negócios Sociais possibilita compreender cenários, diagnosticar realidades e contribuir na construção de uma sociedade mais justa e solidária.

Cabe à academia debruçar-se sobre temas potenciais e relevantes como este e contribuir, por meio de pesquisas, na consolidação de valores e princípios que promovam a transformação social de forma positiva. As pesquisas sobre Negócios Sociais podem contribuir para a integração consistente e robusta entre objetivos sociais e/ou ambientais e econômicos.

2. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo bibliográfico com caráter exploratório. Realizou-se uma revisão sistemática da literatura a partir de pesquisa bibliográfica de estudos estabelecendo um mapeamento da produção acadêmica nacional e internacional dos últimos cinco anos (janeiro de 2015 a dezembro de 2020) sobre Negócios Sociais. Utilizou-se a base Web of Science com as diferentes combinações semânticas relacionadas ao campo de estudo, a saber: social companies; social impact businesses; 2,5 companies; social impact businesses; BOP companies; social impact businesses; social entrepreneurship; social impact businesses; social business; social impact businesses; impact businesses; hybrid companies; social impact businesses. Estes descritores foram utilizados nos idiomas português e inglês.

Ao classificar os artigos pertinentes (80 pesquisas), foi realizada nova categorização a fim de identificar a adequação dos conteúdos ao objetivo da pesquisa.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O levantamento identificou um total de 460 artigos. A leitura realizada, que incluiu os títulos e os resumos, possibilitou a classificação inicial entre dois critérios: - pertinentes, que contemplou os artigos cujo conteúdo refere-se a Negócios Sociais; e - não-pertinente, que relaciona os artigos cujo conteúdo distanciam-se do tema desta pesquisa. Neste sentido, identificou-se 80 artigos (17%) pertinentes ao estudo e 380 (83%) não aderentes ao objetivo proposto neste estudo. Nota-se que a produção acadêmica sobre NS, composta de 80 pesquisas em 5 anos, é modesta frente à relevância do tema.

Foi realizada a análise dos títulos dos artigos pertinentes utilizando a ferramenta worlcloud.com, plataforma de computação em nuvem, geradora de nuvem de palavras, oferecida pelo Google. Como resultado, destacam-se as seguintes palavras na ordem de maior incidência: social, inovação, modelo, negócios, empresas, impacto, sustentável e empreendedorismo.

O achado indica que Negócios Sociais apresenta aderência aos temas – Inovação; - Modelo Social; - Sustentável; - Impacto. Este achado colabora com a abordagem proposta por Machado Junior (2018) na qual os negócios e as inovações sociais, se destinam ao atendimento das necessidades humanas e para a resolução de problemas sociais e ou ambientais. A identificação da palavra – Empresas indica o perfil dos negócios sociais com a abordagem de NS relacionada a atividades organizacionais, conforme proposto por Gopaldas (2015). O tema Sustentabilidade, identificado nos estudos analisados, se apara na abordagem de Teodosio e Comini (2012), na qual os NS se alinham ao desenvolvimento sustentável, e a perspectiva de Barki *et al.* (2015) de que a criação de negócios não se apoia exclusivamente em valor econômico, mas também na criação de valor social.

Ao fazer uma correlação das subcategorias dos artigos identificados, com os autores seminais, pode-se observar que as categorias Bop e Contabilidade Social recebem maior influência de Prahalad (2005). As categorias Circular e Ecoinovação recebem maior influência de Sem (2000) e Yunus (2007), enquanto as categorias Empreendedorismo Social, Impacto Social, Negócios Sociais, Responsabilidade Social da Empresa e Sustentabilidade Social estão sob maior influência dos autores Billis (2010), Grassl (2012) e Trexler (2008).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos que tratam de Negócios Sociais estabelecem foco de atenção nos temas relacionados à sustentabilidade com abordagem nos aspectos sociais, perfil este esperado para este tema. No entanto, apesar de se identificar estudos que abordam os aspectos econômicos, as pesquisas não apresentaram a efetividade do binômio social e econômico. Fato este que se posiciona como atípico, pois o conceito de sustentabilidade se apoia na interação dos aspectos econômicos, sociais e ambientais de uma empresa. Vale destacar que, neste levantamento, o aspecto ambiental se apresentou depreciado, pois não se identificaram estudos pautados no binômio socioambiental.

Frente aos dados encontrados pela pesquisa é possível afirmar que o constructo dos significados de negócios sociais, se apoia em temáticas da própria área, como gestão, inovação, modelo de negócio e impacto, apresentando modestas interfaces com os aspectos econômicos e ambientais, comuns do conceito de sustentabilidade.

Estes dados indicam uma lacuna na literatura, que analise o equilíbrio econômico dos negócios sociais. Esta limitação da literatura se posiciona como uma oportunidade para estudos futuros.

BIBLIOGRAFIA

ADHAM, K. A. et al. Diagnosing Business Incubation for Social Purpose: A Viable System Model Approach. **Systemic Practice and Action Research**, v. 32, n. 2, p. 219–238, 15 abr. 2019.

AGOSTINI, M. R.; VIEIRA, L. M.; TONDOLO, R. R. P.; TONDOLO, V. A.G. Uma Visão Geral Sobre a Pesquisa em Inovação Social: Guia para Estudos Futuros. **Brazilian Business Review**. Rio Grande do Sul, 2017.

AGOSTINI M. R. Correlações entre diferentes terminologias no contexto do terceiro setor: inovação social x empreendedorismo social x empresa social x negócio social. In. **Arqueologia das ciências humanas e sociais aplicadas** [recurso eletrônico] / Organizadora Anna Paula Lombardi. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (Arqueologia das Ciências Humanas e Sociais Aplicadas; v. 4)

ASSOGBA, Y. (2007), **Innovation sociale et communauté**: une relecture a partir des sociologues classiques. Québec, Alliance de recherche université-communauté.

BARKI Edgard. Negócios de impacto: tendência ou modismo? **GVExecutivo**, v, 14, n. 1, 2015.

BARKI, E.; TORRES, H. Por uma classificação dos negócios com impacto social. In **VII Encontro nacional de pesquisadores em gestão social**. Belém, maio 2013.

COMINI, G. M. **Negócios sociais e inovação social**: um retrato de experiências brasileiras. Tese de Livre-Docente em Administração. Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. 2016.

DUCHOWNY, A. T.; OLIVEIRA, L. P. de. O termo negócio no português brasileiro setecentista. **Signótica**, v. 31, 2019. DOI: 10.5216/sig. v31.53279. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/sig/article/view/53279>. Acesso em 29 mai. 2021.

EMERSON, J. The Blended Value Proposition. Integrating Social and Financial Returns. **California Management Review**, v.45, n. 4, p. 35-51, 2003.

EUROPEAN COMMISSION, 2013. Disponível em: https://ec.europa.eu/info/index_en. Acesso em 19 jun. 2021.

FRANCESCHELLI, M. V. et al. Assessing the determinants of performance in the recycling business: Evidence from the Italian context. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 26, n. 5, p. 1086–1099, 1 set. 2019.

- GOULDING, J. S.; EZCAN, V.; SUTRISNA, M. Securing the embeddedness of psychosocial diffusion indicators into the Turkish construction industry: Silence is no longer golden. **Journal of Financial Management of Property and Construction**, v. 23, n. 1, p. 90–111, 2018.
- IIZUKA, E. S.; VARELA, C. A.; LARROUDE, E. R. A. Social business dilemmas in Brazil: rede asta case. **Revista de Administração de Empresas FGV-EAESP**, v. 55, p. 385–396, 2014.
- KANTER, R. M. From spare change to real change: the social sector as beta site for business innovation. **Harvard Business Review**, v. 77, n. 3, p. 122–132, 1999.
- KIYAMA, R. S.; COMINI, G. M.; D'AMARIO, E. Q. Criação de Negócios Sociais no Brasil: Um Estudo Exploratório. **XXXVIII ENANPAD**, Rio de Janeiro 13 a 17 de setembro de 2014.
- LÜCKENBACH, F. *et al.* To perform or not to perform? How strategic orientations influence the performance of Social Entrepreneurship Organizations. **Cogent business & management**, v. 6, n. 1, p. 1647820, 2019. Disponível em: <http://www.editorialmanager.com/cogentbusiness>.
- MACHADO JUNIOR, C. *et al.* Social and environmental innovations of Brazilian companies. **Revista Ambiente & Água**, v. 13, n. 2, p. 1-15, 2018.
- VELÁZQUEZ, N. M.; BIELOUS, G. D. Determinants of innovative social entrepreneurship. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 18, n. 2, p. 223–248, 16 ago. 2019.