

Negócios Sociais: que negócio é esse?

Palavras Chave: Inovação social. Impacto social. Geração de valor social.

1 INTRODUÇÃO

O desequilíbrio provocado pelo sistema econômico vigente tem evidenciado e mobilizado empresas, governos e sociedade civil a buscar caminhos e respostas para questões altamente complexas, com destaque para os efeitos da pandemia do COVID-19 (WANG; HAN, 2021). Tal complexidade 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, negócios estes, capazes de promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável em concordância com a ODS-8 (ONU 2015).

Tais modelos são identificados com ampla diversidade de nomenclaturas e conceitos uma vez que seus produtos e formatos são igualmente diversos, tal qual a variedade de necessidades e demandas presentes na realidade em que se instalam.

A proposição para estes novos empreendimentos é que incorporem inovações sociais e ambientais, e não exclusivamente as econômicas, se é que isso é possível, como afirma Kanter (1999), na sua abordagem, na qual, os Negócios Sociais - NS são uma realidade mundial.

Buscar pela compreensão, significado e sentido dos NS no contexto atual, estabelece a necessidade de uma breve averiguação etimológica visando alicerçar sua compreensão. Iniciando pela palavra negócio, pode-se encontrar sua origem na forma latina como *negōtium*, e os primeiros registros em língua portuguesa datam do século XIII (CUNHA, 2010). Nos dicionários contemporâneos, a palavra negócio é ressaltada como um brasileirismo popular com aceção ampla e genérica em significados, por exemplo “pegue esse negócio aí” (DUCHOWNY, 2019). Ainda segundo o autor, a desconstrução de palavra em latim *negotium*, *neg* (negar) e *otium* (lazer), colabora, em nosso idioma, com a ideia de que negócio envolve qualquer atividade que não esteja destinada ao lazer, pressupondo, portanto, atividade envolvendo trabalho.

A palavra social, também latina, tem como origem *socius*, cujo sentido em nosso idioma é de companheiro. Em sua raiz etimológica, a palavra seguidor também está correlacionada a partir do verbo *sequi*, que significa seguir, ir junto, acompanhar (CUNHA, 2010). Desta maneira, pode-se considerar que a palavra social carrega um sentido coletivo, pressupõe movimento e um interesse ou objetivo comum.

Comini (2016) ao referir-se ao NS, enquanto etimologia, indica uma atividade laboral em que os envolvidos seguem juntos, aproximando-se mais da ideia de colaboração e ganhos para todos os envolvidos, e menos com a ideia de competição em que alguns ganham em detrimento de outros.

Nesta lógica, espera-se encontrar no NS, integração consistente e robusta entre objetivos sociais e/ou ambientais e econômicos, como afirmam os pesquisadores Dobson *et al.* (2018), Grassl (2012) Silva e Izuka (2018) utilizando-se mecanismos de mercado para garantir a maximização dos resultados econômicos para fins sociais e ambientais (BARKI, 2015).

Esta construção etimológica, foi estabelecida com a finalidade de expressar a necessidade de melhor entendimento relacionado ao tema, e aos estudos que o abordam. Neste contexto, emerge o objetivo desta pesquisa de identificar a construção dos significados de Negócios Sociais nos estudos relacionados ao tema.

O presente artigo foi estruturado em quatro partes, além desta introdução, uma revisão teórica sobre as origens e diferentes definições e aproximações com NS. Na sequência o

detalhamento da revisão sistemática e seus achados e por fim, são apresentadas as considerações finais e sugestões para pesquisas futuras.

2 NEGÓCIOS SOCIAIS

Este capítulo apresenta conteúdo teórico relacionado ao tema Negócios Sociais, que aduzem adjacência ao objetivo proposto. O conteúdo deste capítulo está dividido em três seções que abarcam o resultado da revisão sistemática proposta e detalhada no capítulo da metodologia.

2.1 Origens e Aproximações

O crescimento de organizações e empreendimentos sociais, ocorrido notadamente nas últimas quatro décadas, tem se constituído como um dos pilares do desenvolvimento sustentável (MASCARENHAS; BARBOSA, 2019). Iniciativas neste campo surgiram em todos os setores da sociedade, Organizações Não Governamentais ONGs, pequenas a grandes corporações, gestão pública, investidores e consumidores (YOUNG, 2008).

Apesar da ampla conceituação existente em torno do tema, não há ainda consenso sobre a definição de Negócios Sociais. As variações do tema sofrem influência das escolas europeias, americanas e países emergentes. Vale destacar, que a temática se apropria de conceitos dos campos teóricos da economia e das ciências sociais, além das influências jurídicas utilizadas em cada país (GRASSL, 2012).

Pesquisadoras do campo do empreendedorismo social como Rosolen, Tiscoskie Comini (2014) afirmam que apesar do movimento do empreendedorismo social ter sido intensamente disseminado nos países em desenvolvimento, como os da América Latina e da Ásia, a nomenclatura ‘empreendedorismo social’ não obteve ampla aceitação, abrindo espaço para outras definições como: negócios sociais e negócios inclusivos. No Quadro 1 observa-se os autores, e suas obras, interpretados como impulsionadores dos NS.

Quadro 1- Impulsionadores dos Negócios Sociais do século XXI

Autor e Publicação	Principal abordagem	País de origem
Sen (2000) Desenvolvimento como liberdade Yunus (2007) Criando um mundo sem pobreza: negócios sociais e o futuro do capitalismo	Valorização das capacidades humanas e da possibilidade de um mundo sem pobreza	Índia
Prahalad (2005) A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro	Proposta de desenvolvimento holístico (força econômica, vitalidade tecnológica e liderança moral) e atendimento aos consumidores de baixa renda	Índia
Billis (2010) Organizações híbridas e o terceiro setor: desafios para a prática e a teoria Grassl (2012) Business models of social enterprise: A design approach to hybridity Trexler (2008) Emergence: Complexity & Organization	Examinam as organizações que atendem a objetivos sociais e financeiros.	Estados Unidos

Fonte: adaptado de Iizuka *et al.* (2014).

Sen (2000), recebeu Prêmio Nobel de Economia em 1998, com o trabalho intitulado “Desenvolvimento como liberdade”. Para este economista indiano, o desenvolvimento é um processo, que para ser efetivamente estabelecido deve eliminar todas as formas de privação de liberdade, que possam restringir as decisões e oportunidades das pessoas, fazendo com que estejam envolvidas no processo e possam atuar de modo ativo, tal qual agentes e não como beneficiários passivos (IIZUKA; VARELA; LARROUDE, 2014).

Yunus (2007), igualmente economista e indiano, foi laureado pelo Prêmio Nobel da Paz em 2006, a partir da proposta bem-sucedida do Grameen Bank, instituição financeira que oferece ativamente microcrédito para milhares de famílias indianas (IIZUKA; VARELA; LARROUDE, 2015).

Prahalad (2005), indiano naturalizado americano atuou como conselheiro do governo indiano para empreendedorismo, e consultor em inúmeras empresas multinacionais. Foi um influenciador do campo dos negócios e estudos organizacionais, particularmente apoiado em suas pesquisas sobre estratégia e o potencial dos consumidores de baixa renda ou, como grafado pelo autor “consumidores da base da pirâmide” (IIZUKA, VARELA, LARROUDE, 2015, p. 387).

Os americanos Billis (2010), Grassl (2012) e Trexler (2008), discutem uma nova proposição das organizações, que combina dois domínios de campos distintos. O componente ‘social’ com um conjunto de valores associados ao comportamento humano e um componente que vai além do mercado, um ‘estado ou *self*’ que associa os termos “negócios, comércio, propósito e estrutura corporativa” (IIZUKA, VARELA, LARROUDE, 2015, p. 387), favorecendo assim o fenômeno do hibridismo organizacional.

Das principais correntes que contribuem e influenciam na organização dos NS, identificam-se duas abordagens. A europeia, que valoriza a atuação de organizações da sociedade civil com funções públicas (IIZUKA *et al.*, 2014). Na perspectiva americana os NS caracterizam-se como organizações privadas e dedicadas a solução de problemas socioambientais (COMINI, 2016). Já a perspectiva predominante nos países em desenvolvimento, caracterizam-se como empreendimentos socioambientais que visam a transformação das condições sociais, a mitigação da pobreza e a inserção dos excluídos (COMINI, 2016).

Revisitar as origens dos NS colabora para a compreensão do mosaico de influências e variações semânticas utilizado, próprios de campos em construção, que demandam por constantes revisões, aproximações e distanciamentos conceituais. Para efeito deste artigo, as definições de negócios se alinham ao desenvolvimento sustentável que combinam objetivos de sustentabilidade financeira e social (TEODOSIO; COMINI, 2012). Assim, a criação de negócios não se apoia em valor econômico como fim, mas como meio para criação de valor social, portanto, empreendimentos ou negócios de impacto social (BARKI *et al.*, 2015).

2.2 Geração de Valor Socioambiental

Hart (2019), ao comentar sobre NS, destaca-o como um novo propósito do capitalismo, cuja origem recente, inclui a crise financeira de 2008, as consequências das mudanças climáticas, o estabelecimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável ODS e as dificuldades crescentes dos governos para o enfrentamento das mais variadas crises. A ênfase de sua proposta está na necessidade de uma transformação do capitalismo de forma a contemplar os desafios sociais e ambientais promover uma economia global sustentável (HART 2019).

A solução dos problemas sociais ganham diferentes formatos de acordo com características socioculturais, contudo, atualmente, os empreendedores têm investido na busca de soluções viáveis para os desafios sociais. A geração de valor é inerente ao empreendedorismo, contudo, sob esse prisma, surge o empreendedorismo social (KIYAMA; COMINI; D'AMARIO, 2014), em que não se contempla apenas os resultados financeiros, mas também o aspecto socioambiental.

A geração de valor segundo Emerson (2003) sempre contemplará os aspectos econômico, social e ambiental em equilíbrio, não podendo reconhecê-la quando se contempla apenas um ou dois destes aspectos ou ainda, quando há subordinação entre eles.

Os negócios sociais trazem, em sua essência, a responsabilidade social e, buscam sua sustentabilidade financeira utilizando-se dos mecanismos do mercado, conciliando em si, os objetivos social e financeiro (BARKI, 2015).

Segundo Portocarrero e Delgado (2010), a construção da cidadania deve ser um aspecto contemplado na geração de valor social, ou seja, deve-se assegurar a todos os atores envolvidos, acesso, inclusão, poder e influência na sociedade. O ciclo de concepção, produção e consumo de bens e serviços, deve priorizar, portanto, o fortalecimento das relações sociais.

Neste processo de geração de valor, segundo a perspectiva de Barki e Torres (2013) ressalta-se a importância do impacto positivo, para as populações em vulnerabilidade. Os autores sugerem a ampliação do acesso da população vulnerável a serviços públicos de qualidade, e produtos de acordo com seu poder aquisitivo, reduzindo-se a exposição destes, aos mais diversos tipos de risco de vida, além de permitir o acesso ao emprego e a renda, a saúde, a educação e a moradia (BARKI; TORRES, 2013).

Para Gonçalves, Sugahara e Ferreira (2020) o fortalecimento e a permanência de NS é imprescindível para geração de valor socioambiental, e para tanto, faz-se necessário, empenho, priorização e sustentação da iniciativa privada consubstanciados aos originados pelos órgãos governamentais.

2.3 Inovação Social

A inovação social, expressão encontrada de maneira recorrente neste campo de pesquisa, ora tangencia e ora se mistura com as definições de NS. Agostini (2016), afirma que as diversas definições de inovação social podem ser facilmente confundidas, porém ressalta a importância de se ponderar as diferentes perspectivas da utilização e análise do termo, podendo referir-se a

dimensão individual, organizacional ou sistêmica.

No Centre For Social Innovation - CSI, a definição para inovação social, passa pela remodelação de valores e práticas que consideram como premissa maior o homem e o planeta. A Organização ao conceituar Inovação Social propõe mudanças estruturais do próprio sistema, rumo à construção de um mundo melhor para todos (CENTRE FOR SOCIAL INNOVATION, 2014). Assim, as inovações sociais podem ser iniciadas por indivíduos, grupos ou organizações, com ou sem fins lucrativos, ou mesmo do setor público.

Complementa esta definição, Machado Junior (2018) ao afirmar que inovação social se trata de uma resolução inovadora voltada às necessidades humanas e problemas socioambientais, independentemente da origem do negócio. No mesmo sentido Soule, Malhotra e Clavier (2019), afirmam tratar-se de um processo que busca implementar e desenvolver soluções eficientes e eficazes para problemas socioambientais sistêmicos.

Para Mulgan (2006), muito do que se aborda como socialmente natural, começou com uma inovação radical, passando por etapas de resistência, ajustes e contestações, antes de serem aceitas pela sociedade. Segundo o autor, a inovação social está relacionada a atividades e serviços inovadores que são movidos pelo objetivo de acolher a uma necessidade social.

Monteiro (2019), caracteriza as iniciativas voltadas para a promoção social, de forma solidária como campo de múltiplas experiências de inovação social. Vale destacar que, Assogba (2007) para conceituar inovação social, apoiou-se em uma proposta de democracia participativa para seus atores, contextualizados em seu meio, com propostas inéditas capazes de trazer soluções para problemas sociais uma vez que:

As inovações sociais apresentam as seguintes características principais: desafiam as dicotomias tradicionais como as de “mercado e não mercado”, “produtor e não um produtor ou consumidor”, “público e privado”; as inovações sociais buscam implementar os meios adequados ao contexto social; elas visam a coesão social e a solidariedade (ASSOGBA, 2007, p. 7).

Desta maneira, observa-se que a economia social e solidária se diferencia pela busca de respostas coletivas, para as carências sociais não satisfeitas. A inovação social, presidida por corporações, aparece como resposta às pressões individuais, organizacionais, nacionais e transnacionais (GOPALDAS, 2015).

Agostini (2016) corrobora que a definição de inovação social se constitui de um processo ampliado que engloba os conceitos de empreendedorismo social, cuja origem concentra-se nas iniciativas de um indivíduo, bem como das empresas sociais, ou dos NS cuja origem pode envolver diversos fatores, desde que os resultados priorizem as pessoas e o planeta, “[...] nem todas as empresas sociais são inovadoras, nem todas as empresas sociais são lideradas por empreendedores sociais, e nem todos os empreendedores sociais conduzem empresas sociais” (EUROPEAN COMMISSION, 2013, s/p).

3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

A pesquisa trata de um estudo bibliográfico com caráter exploratório, como afirma Gil (2010), por ter como finalidade esclarecer conceitos e ideias, envolvendo um levantamento de determinado assunto, delimitando fronteiras que possibilitem investigações mais sistematizadas.

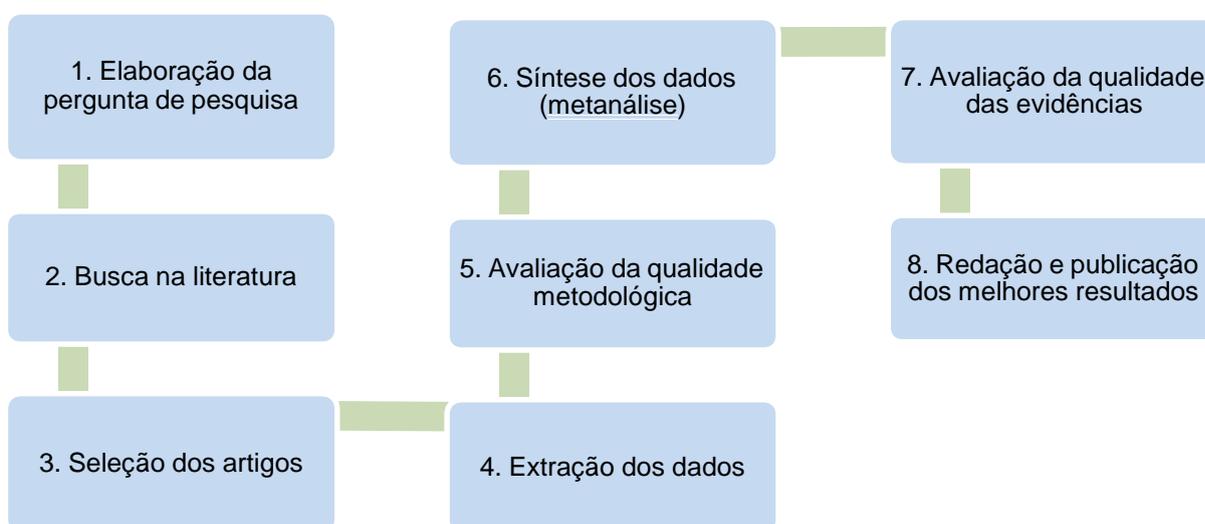
A fim de se cumprir esse propósito, realizou-se uma revisão sistemática da literatura a partir de pesquisa bibliográfica de estudos estabelecendo um mapeamento da produção acadêmica nacional e internacional no período de janeiro de 2015 a dezembro de 2020 sobre Negócios Sociais. O estudo delimitou este período com o intuito de identificar o atual estado da

arte. Vale destacar, que levantamentos que contemplem períodos mais longos estabelecem um importante retrospecto histórico, no entanto, esta não é a finalidade do presente estudo.

A revisão da literatura na pesquisa em Administração é uma ferramenta importante para tratar a pluralidade de conhecimentos em uma área acadêmica específica (TRANFIELD; DENYER; SMART, 2003).

A revisão sistemática se destina a estabelecer caminhos que articulem, integrem e associem saberes para produção de novas sínteses e apoiar futuras investigações. Segundo Pereira e Galvão (2014), para realizar uma revisão sistemática confiável, deve-se utilizar métodos sistemáticos e explícitos para recuperar, selecionar e avaliar os resultados do estudo. Neste sentido, a Figura 1, apresenta os procedimentos metodológicos utilizados para a revisão sistemática da literatura de acordo com estes autores.

Figura 1 – Etapas da revisão sistemática



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Pereira e Galvão (2014)

A metodologia estabelecida neste estudo segue a abordagem proposta por Pereira e Galvão (2014). Neste sentido, o estudo realizou uma revisão sistemática da produção acadêmica dos últimos cinco anos, utilizando a base *Web of Science* com as diferentes combinações semânticas relacionadas ao campo de estudo dos NS, 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. A busca considerou os campos: título, resumo e autores e o período pesquisado foi de janeiro de 2015 a dezembro de 2020. O processo de leitura dos artigos foi realizado de forma individual pelos autores, que posteriormente realizavam a comparação dos dados obtidos a fim de identificar os pontos concordantes e os discordantes. Os pontos em que se observou a concordância dos autores foram integrados ao trabalho. Os pontos discordantes foram discutidos pelos autores, e após o estabelecimento de um consenso os mesmos também foram integrados, ou não no estudo.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

O levantamento realizado identificou um total de 460 artigos. A leitura realizada que

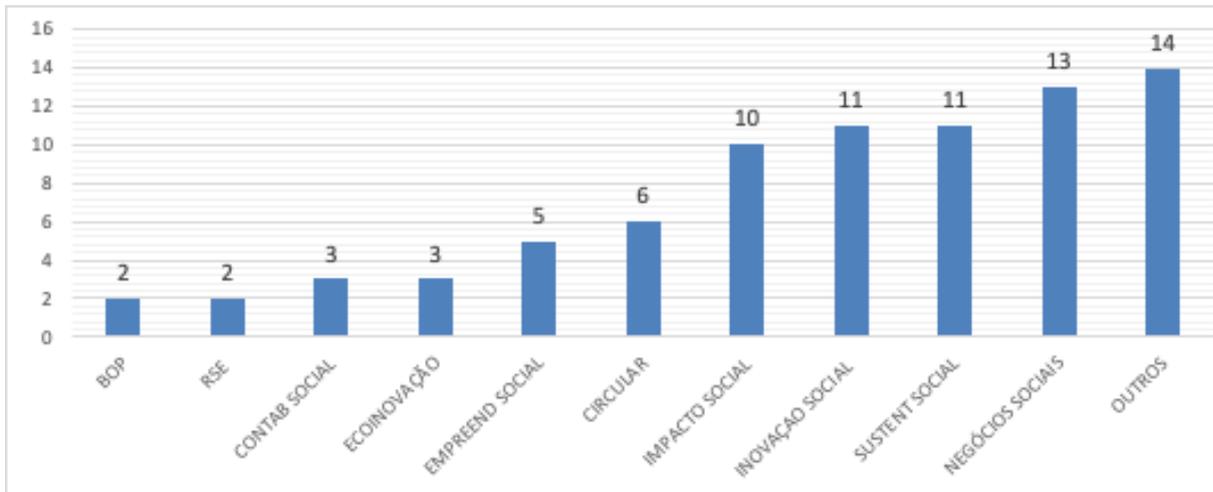
Figura 3 - Subcategoria dos artigos Pertinentes

Categoria	Descrição
Bop	<i>Bottom of the pyramid – Bop</i> , refere-se à atuação empresarial em mercados de baixa renda no desenvolvendo produtos e serviços que garantem a sustentabilidade da organização integrando as comunidades mais pobres na melhoria de sua qualidade de vida.
Circular	Esta categoria concentra-se na inovação do modelo de negócios quanto à circularidade, suas implicações práticas e demonstra os benefícios para as diversas partes interessadas da importância do uso de modelos de negócios circulares.
Contabilidade Social	Recusa a abordagem reducionista do conceito de valor, com deslocamento da atual contabilidade unidimensional para a multidimensional, rompendo com o conceito de valor único. Busca-se geração de valor social.
EcoInovação	Aliança de inovação. Estratégia de inovação cooperativa.
Empreendedorismo Social	Esta categoria apresenta um exame cuidadoso das implicações do empreendedorismo social para as empresas, pois se trata de um campo que permanece fragmentado.
Impacto Social	Nesta categoria foram agrupados artigos que apresentam Organizações de propósito social, artigos que investigam fator de impacto de empreendimentos sociais e artigos que buscam otimizar a utilização de dados em benefício da sociedade e aumentar a inovação e a competitividade das atividades produtivas.
Inovação Social	Esta categoria agrupa artigos que estudam o impacto das redes sociais em pequenos setores criativos tradicionais de países em desenvolvimento demonstrando os benefícios de relações estreitas com fornecedores e designers. E, que trazem o conceito de <i>Crowdsourcing</i> como novas oportunidades para gerar inovação social.
Negócios Sociais	Agrupam-se nesta categoria, artigos que apresentam negócios com caráter mais social e estudam o nível de confiança na construção e aplicação de modelos de negócios sociais. Que abordam as empresas verdes em negócio da reciclagem. E, os que destacam a viabilidade econômica e diferenciação da concorrência para os NS.
Responsabilidade Social da Empresa	Nesta categoria estão classificadas as iniciativas e projetos implementados por organizações privadas que voluntariamente adotam posturas, comportamentos e investimento direcionado ao público externo ou interno da organização. A principal motivação da empresa é o benefício da coletividade.
Sustentabilidade Social	Nesta categoria estão classificadas a <i>City Logistics</i> (CL) que surgiu para reduzir os impactos sociais, econômicos e ambientais; o valor ambiental do movimento <i>Maker</i> , que está levando a fabricação digital para o <i>mainstream</i> ; e a inovação inclusiva com abordagem unificadora que permite a integração colaborativa de questões sociais relevantes para populações carentes.
Outros	Nesta categoria foram agrupados textos com baixa incidência na amostra como: pegada ecológica, hibridismo, visão baseada em recursos sociais da empresa, ODS, cooperativismo e ODS.

Fonte: Elaborado pelos autores.

As categorias foram elaboradas pelos autores tomando por base os artigos pesquisados e não em definições conceituais ligadas aos NS. Quanto à frequência de cada categoria identificada na amostra, pode-se observar no gráfico 2 sua distribuição. Destaque para o tema NS com 13 (treze) artigos sobre o tema seguido das categorias Sustentabilidade Social e Inovação Social com 11 (onze) artigos em cada categoria e Impacto Social com a incidência de 10 (dez) artigos. Portanto, nestes quatro primeiros agrupamentos concentram-se a maior incidência dos artigos da amostra.

Figura 4 - Quantidade de artigos por categorias de Negócios Sociais



Fonte: Elaborado pelos autores

As categorias de menor incidência na amostra apontam para os temas: BOP e RSE, com 2 (dois) artigos em cada. Seguido pelas categorias EcoInovação e Contabilidade Social com 3 (três) incidências em cada. A categoria Empreendedorismo Social e Circular com 5 (cinco) e 6 (seis) artigos respectivamente.

Como contra ponto às categorias Impacto Social com 10 publicações, Inovação Social e Sustentabilidade Social com 11 artigos, e o próprio tema em estudo, Negócios Sociais com 13 artigos. Vale destacar, que se identificou 14 publicações com apenas uma ocorrência e que não se enquadravam nas categorias propostas. Estes dados indicam que a questão social de apresenta associada a inovação e a sustentabilidade e ao próprio negócio com maior intensidade.

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 Sen (2000) e Yunus (2007). Já 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). Portanto, encontra-se na produção deste período, maior influência de autores americanos que defendem a ideia de que as empresas devem, por princípio, atender a objetivos sociais e econômicos.

Frente aos temas destacados na categoria Negócios Sociais, é possível organizar três áreas: a) NS e Propósito para os artigos que apontam o tema fim do NS, como água e da reciclagem b) NS e Gestão para os artigos que tratam de temas direcionados à gestão e aprimoramento dos próprios NS, como orientação estratégica, *framework* (canvas) e formação de crenças em negócios de turismo social e c) NS e Outros para empreendimentos jornalísticos. Na Figura 5 estão agrupados os artigos e seus respectivos autores:

Figura 5 - Subáreas da categoria Negócios Sociais

Categoria	Título/Autores
Negócios Sociais e Propósito	<ul style="list-style-type: none"> - Trust as a Key Factor in Shaping the Social Business Model of Water Supply Companies. - Jablonski, A.; Jablonski, M. - Assessing the determinants of performance in the recycling business: Evidence from the Italian context - Franceschelli, MV; Santoro, G; Giacosa, E; Quaglia, R.
Negócios Sociais e Gestão	<ul style="list-style-type: none"> - The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas - Sparviero, S. - Business Models in Water Supply Companies-Key Implications of Trust - Jablonski, A.; Jablonski, M. - To perform or not to perform? How strategic orientations influence the performance of Social Entrepreneurship Organizations - Luckenbach, F; Baumgarth, C; Schmidt, HJ; Henseler, J. - Determinants of innovative social entrepreneurship: a case study of a Mexican social organization - Velazquez, NM; Bielous, GD. - Diagnosing Business Incubation for Social Purpose: A Viable System Model Approach - Adham, KA; Muhamad, NS; Said, MF; Sarhadat, SA; Ismail, HA; Nasir, MFAM. - Towards New more Social and Human Business Models: The Role of Women in Social and Economy of Communion Entrepreneurship Processes Ruiz Palomino, Pablo; Linuesa Langreo, Jorge; Kelly, Louise. - Factors influencing beliefs formation towards the adoption of social commerce in smetravel agencies - Dalvi-Esfahani, M; Shahbazi, H; Nilashi, M; Samad, S; Mardani, A; Streimikiene, D. - Influence of e-WOM engagement on consumer purchase intention in social commerce - Yusuf, Ali Sahabi; Hussin, Ab Razak Che; Busalim, Abdelsalam H. - Securing the embeddedness of psychosocial diffusion indicators into the Turkish construction industry Silence is no longer golden - Goulding, Jack Steven; Ezcan, Volkan; Sutrisna, Monty.
Negócios Sociais e Outros	<ul style="list-style-type: none"> - Characteristics of the Social Journalistic Enterprises - Caro-Gonzalez, FJ; Perez-Suarez, M; Sanchez-Torne, I. - The Social Economy within Technology Based Entrepreneurship in Spain. A qualitative approach - Martin, MIM; Rodriguez, NG; Sanchez, RS.

Fonte: Elaborado pelos autores

Nota-se maior concentração de artigos em NS e Gestão, nesta perspectiva é possível aproximar a ideia de que os NS estão voltados para a estrutura da própria gestão e integração ao Pacto Global que possuem estratégias de atuação relacionadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo identificar a construção dos significados de Negócios Sociais nos estudos relacionados ao tema. A partir disso, foram pesquisadas as publicações referentes aos termos relacionados, em periódicos da base *Web of Science* no período, de janeiro de 2015 a dezembro de 2020, apontando os temas mais pesquisados no segmento.

Os estudos que tratam de Negócios Sociais estabelecem foco de atenção nos temas relacionados a 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 identificou 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.

REFERENCIAS

- AGOSTINI, M. R., Correlações entre diferentes terminologias no contexto do terceiro setor: Inovação social x Empreendedorismo social x Empresa social x Negócio social. **IV Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais** - Porto Alegre, RS, Brasil, 19 a 21 de outubro de 2016.
- ASSOGBA, Y. (2007), **Innovation sociale et communauté: une relecture a partir des sociologues classiques**. Québec, Alliance de recherche université-communauté.
- BARSKI Edgard. Negócios de impacto: tendência ou modismo? **GV Executivo**, v, 14, n. 1, 2015.
- BARSKI, E.; TORRES, H. Por uma classificação dos negócios com impacto social. *In VII Encontro nacional de pesquisadores em gestão social*. Belém, maio 2013.
- BILLIS, D. **Towards a theory of hybrid organizations**. In D. Billis (Ed.). *Hybrid organizations and the third sector: Challenges for practice and theory* (pp. 46-69). New York: Palgrave Macmillan. 2010.
- Centre For Social Innovation – CSI. **O que é inovação social?** Disponível em <https://socialinnovation.org/about/who-we-are/>. Acesso em 28 jun. 2021.
- 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.
- CUNHA, A. G. da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. 4. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010. 712 p. ISBN 85-86368-63-9.
- DOBSON, K. et al. Successfully creating and scaling a sustainable social enterprise model under uncertainty: The case of ViaVia Travellers Cafes. **Journal of Cleaner Production**, v. 172, p. 4555-4564, 2018.
- 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.
- GIL, A. C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo: Atlas Ltda, 2010.
- GONÇALVES, F.L.P.; SUGAHARA, C.R.; FERREIRA, D.H.L. Sustentabilidade financeira em negócios sociais. **Revista Grifos**, n. 49 – 2020.
- GOPALDAS, A. Creating firm, customer, and societal value: Toward a theory of positive marketing. **Journal of Business Research**, v. 68, n. 12, p. 2446-2451, 2015.
- GRASSL, W. Business Models of Social Enterprise: A Design Approach to Hybridity. **ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives**, v. 1, p. 37–60, 2012.

HART, S. L. **Capitalismo movido por propósito** In. Negócios de impacto socioambiental no Brasil: como empreender, financiar e apoiar / Organizadores: Edgard Barki, Graziella Maria Comini, Haroldo da Gama Torres. - Rio de Janeiro, FGV Editora, 2019.

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.

MACHADO JUNIOR, C. et al. Social and environmental innovations of Brazilian companies. **Revista Ambiente & Água**, v. 13, n. 2, p. 1-15, 2018.

MASCARENHAS, A. O.; BARBOSA, A. C. Q. Gestão de recursos humanos sustentável e responsabilidade socioambiental: uma agenda para debates. **Revista de Administração de Empresas**, v. 59, n. 5, p.353-364, 2019.

MONTEIRO, A. O que é a Inovação social? maleabilidade conceitual e Implicações práticas. **DADOS**, v. 62, n. 3, p. e20170009, 2019.

MULGAN, G. **The Process of Social Innovation**. **Innovations: Technology, Governance, Globalization** 2006; 1(2): 145-162. Doi: <https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.2.145> Disponível em <https://direct.mit.edu/itgg/article/1/2/145/9448/The-Process-of-Social-Innovation>. Acesso em 04 abr. 2021.

ONU. Organização das Nações Unidas. Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. 2015. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wpcontent/uploads/2015/10/agenda2030-pt-br.pdf> . Acesso em 18 set. 2021.

PEREIRA, M. G.; GALVÃO, T. F. **Etapas de busca e seleção de artigos em revisões sistemáticas da literatura**. *Revista Epidemiológica do Serviço em Saúde*, v. 23, n. 2, p. 369-371, 2014.

PORTOCARRERO, F.; DELGADO, A. Negócios Inclusivos y generación de valor social. *In: SEKN, ed. Negócios Inclusivos: Iniciativa de mercado com los pobres de Iberoamérica*. Washington, DC: IADB, 2010. p. 301-326

PRAHALAD, C. K. **A Riqueza na Base da Pirâmide: Como Erradicar a Pobreza com o Lucro**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ROSOLEN, T.; TISCOSKI, G.P.; COMINI, G.M. Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: Um Estudo Bibliométrico da Produção Nacional e Internacional **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 3, n.1, 2014.

SEN, A. K. **Desenvolvimento como liberdade**. Tradução: Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras. 2000.

SILVA, C.S.; IIZUKA, E.S. Mapeamento de negócios sociais e organizações congêneres no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**, v. 20, n. 52 dez. 2018.

SOULE, Sarah A.; MALHOTRA, Neil; CLAVIER, Bernadette. Definindo Inovação Social. Universidade de Stanford, 2019. Disponível: <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/centers-initiatives/csi/defining-social-innovation>. Acesso em 06 de junho de 2021.

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, p. 207-222, 2003.

TREXLER, J. Social entrepreneurship as algorithm: Is social enterprise sustainable?

Emergence: **Complexity & Organization**, v. 10, n. 3, p. 65-85, 2008.

WANG, Qiang; HAN, Xinyu. Spillover effects of the United States economic slowdown induced by COVID-19 pandemic on energy, economy, and environment in other countries.

Environmental Research, v. 196, p. 110936, 2021

YOUNG, D. R. (2008). A unified theory of social enterprise. In *Non-Market Entrepreneurship: Interdisciplinary Approaches* (pp. 175–191). **Edward Elgar Publishing Ltd.**, 2008.

YUNUS, M. **Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism**. New York: Public Affairs. 2007.