

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: PANORAMA  
CONTEMPORÂNEO, DESAFIOS E PERSPECTIVAS**

José Kleber Ivo<sup>1</sup>

Thiago Alves Pimentel<sup>2</sup>

**Resumo**

Este referido artigo buscou como objetivo promover o conhecimento no tema Empreendedorismo Social no Brasil, procurando entender todo o cenário que envolve o empreendedor social. No entanto são abordados os desafios, perspectivas, o panorama que compõem esta temática e as diferenças entre responsabilidade social e empreendedorismo social. Além disto, foram citados também na pesquisa alguns conceitos de empreendedorismo, tal qual sua importância e peculiaridades. Por fim deve-se salientar que o tema é uma oportunidade impar para o crescimento econômico e atribui uma nova roupagem ao sistema capitalista atual, onde os negócios sociais não só visam o lucro mais sim impactar as sociedades.

**Palavras Chave:** Empreendedorismo. Empreendedorismo Social. Desafios e Perspectivas.

---

**SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN BRAZIL: CONTEMPORARY OVERVIEW,  
CHALLENGES AND PROSPECTS**

**Abstract**

This article aimed to promote knowledge on the theme Social Entrepreneurship in Brazil, seeking to understand the whole scenario involving the social entrepreneur. However, the challenges, perspectives, the panorama that make up this theme and the differences between social responsibility and social entrepreneurship are addressed. In addition, some concepts of entrepreneurship were also mentioned in the research, such as its importance and peculiarities. Finally, it should be emphasized that the theme is an odd opportunity for economic growth and gives a new twist to the current capitalist system, where social business not only aims at profit but impacts societies.

**Keywords:** Entrepreneurship. Social entrepreneurship. Challenges and Perspectives

---

<sup>1</sup> Mestre em Modelagem Computacional do Conhecimento – UFAL, Professor Curso de Administração do Centro Universitário Cesmac, [prof.kleber.ivo@gmail.com](mailto:prof.kleber.ivo@gmail.com)

<sup>2</sup> Graduando do Curso de Administração do Centro Universitário Cesmac, [thiagoal@hotmail.com](mailto:thiagoal@hotmail.com)

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem sendo alvo de muitas discussões nas últimas décadas. As crescentes mudanças na economia, as crises financeiras e as mudanças no ambiente organizacional e novas práticas de investimento no trabalho resultam em um ambiente favorável a criação de novas ideias e modelos de negócio.

A crescente onda de inovação e tecnologia também favorece este cenário, nas últimas décadas os ambientes empresariais sofreram mutações, atrelados às inovações tecnológicas permitiram a redução no tamanho das empresas. Vários postos no ambiente tradicional de trabalho foram fechados acarretando redução dos quadros organizacionais.

O empreendedorismo nasce diante deste desafio, pessoas buscam formas de sobrevivência criando seus próprios negócios. Aliado a metodologias, desenvolvimento empresarial e criação de órgãos como SEBRAE, Endeavor, entre outros.

Atualmente vem surgindo várias formas de se empreender, podemos até dividir em tipos de empreendedorismo, a saber: informal, cooperado, individual, franqueado e o franqueador, social, corporativo, público, conhecimento, negócio e o social. Este último foco do nosso trabalho de conclusão de curso.

Sobre o empreendedorismo social Marques (2014, p.87), cita

[...] O empreendedorismo social é uma ideia inovadora voltada para o campo social onde o processo inicia-se com a observação de um determinado problema social, para que seja elaborada uma alternativa de enfrentamento.

Para Rosolen, Pelegrini e Maria (2014, p.87), “o conceito de empreendedorismo está pautado na criação de valor social e na introdução

de inovações de metodologia, serviços ou produtos, as quais gerariam uma transformação social”.

Deste modo em poucas palavras percebe-se que o tema empreendedorismo social tem como peculiaridade perceber lacunas deixadas por falta de políticas públicas, onde são elaboradas ideias para o cunho da transformação social. Com tudo percebemos que o Brasil está propício a esta abordagem, pois seu panorama atual com diversas crises econômicas e sociais abre possibilidades, onde os indivíduos aproveitam para gerar negócios sociais ou empresas do terceiro setor.

É importante salientar que o empreendedorismo social no Brasil e no mundo é pouco disseminado, obtendo assim algumas características do empreendedorismo corporativo.

Segundo Rosolen, Pelegrini e Maria (2014, p.18), o empreendedorismo social: “por ser recente a terminologia em empreendedorismo social, alguns aspectos foram importados do ambiente corporativo e têm sido alvo de debates entre acadêmicos e profissionais”.

## **2. METODOLOGIA**

O método utilizado na pesquisa foi o método indutivo.

Segundo Andrade e Lakatos (2011, p.53)

[...] Indução é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas. Portanto, o objetivo dos argumentos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam.

Após nortear a pesquisa pelo método indutivo iniciam-se os procedimentos com a pesquisa bibliográfica, cujo objetivo é levantar o máximo de informações através de livros, revistas, jornais, monografias etc.

Andrade e Lakatos (2007, p.71) citam

[...] A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas,

monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicações orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas quer gravadas.

### **3. REVISÃO DA LITERATURA**

#### **3.1. Empreendedorismo Social**

Sobre o conceito de empreendedorismo social Rosolen, Pelegrini e Maria (2014, p.87) admitem que: “assim o conceito de empreendedorismo social está pautado na criação de valor social e na introdução de inovações de metodologia, serviços ou produtos, as quais gerariam uma transformação social”.

Deste modo, o empreendedorismo social tem como peculiaridade a criação de valor social, onde o indivíduo tem como foco causar a mudança ou impactar a vida das pessoas de uma determinada sociedade através de novas ideias em novos produtos ou serviços por meio da ausência de políticas pública para assim resolver um problema social.

De acordo com Parent et al (2011, p.269)

[...] De uma forma geral, a incapacidade e a desadequação das instituições governamentais em solucionar novos problemas sociais, visível nos diferentes tipos de políticas sociais setoriais (ou na ausência delas) e particularmente nas restrições orçamentais, tem fomentado iniciativas da sociedade civil na procura de práticas alternativas, que respondam às necessidades sociais não atendidas nem pelo estado, nem pelo mercado.

Com tudo devemos observar que o empreendedorismo social é um tema com uma formatação nova e carrega em si alguns conceitos do empreendedorismo empresarial, no entanto há uma diferença peculiar entre empreendedorismo social, onde para o empreendedorismo social a evidência está na causa do impacto social.

Vieira (2009, p.20) diz

[...] O empreendedorismo social ainda é um conceito em construção. Mesmo assim, há um consenso entre os estudiosos de que, o empreendedor social apresenta características semelhantes a dos empreendedores empresariais. O que diferencia o Social do empresarial é o fato de o primeiro possuir um forte apelo do bem estar social em suas motivações

[...] Deste modo percebe-se que algumas circunstâncias o empreendedorismo social é confundido com responsabilidade social, deste modo devemos também diferenciar empreendedorismo social de responsabilidade social. (MARQUES, 2004, p.12)

[...] a responsabilidade social das empresas seria a integração voluntária das preocupações sociais e ambientais com suas operações comerciais e com suas relações com os representantes de suas áreas de influência. (EUGENIO, 2006, p.385)

Sendo assim com relação à responsabilidade social podemos entender que sua característica é de inteiro assistencialismo, buscando apenas ajudar, voluntariando-se a questões pontuais, de fato o empreendedorismo social busca com objetivo impactar socialmente os indivíduos atendendo as necessidades sociais.

### **3.1.1. Análise histórica do empreendedorismo social**

“Alguns especialistas apontam Luther King, Ghandi, entre outros como empreendedores sociais. Isso foi decorrente de suas capacidades de liderança e inovação quanto às mudanças em larga escala.” (MARQUES, 2004, p.10).

O fenômeno do empreendedorismo social começou nos Estados Unidos onde houve uma disseminação do termo e atividades de geração de renda em organizações da sociedade civil. Hoje em dia o tema tem uma abrangência maior, com a inclusão de ONGs, governos, consumidores, investidores, entre outros. (ROSOLEN, PELEGRINI, MARIA, 2014, p.8) apud (YOUNG, 2008)

Para Parent et al. (2011, p.268), “[...] o empreendedorismo social perfila-se com um constructo teórico-prático novo, com características, princípios e valores próprios, mobilizado na Europa em contexto de crise econômica social”.

Com tudo observa-se que não há um contexto histórico bem específico sobre o empreendedorismo social, onde percebemos que houve indivíduos que em essência carregaram essa abordagem ao longo dos anos e que nas outras análises o empreendedorismo social inicia-se de crises sociais.

Parent et al. (2011, p.268), implica que: “o fenômeno do empreendedorismo social emerge no contexto de crises e desafios sociais, econômicas e ambientais, com que se tem vindo a deparar as sociedades contemporâneas”.

Deste modo é importante salientar que ao longo do tempo a abordagem do empreendedorismo social sofreu algumas mutações, seguindo duas vertentes em sua aplicabilidade: negócios de impacto social e empresas do terceiro setor (ONGs).

### **3.1.2. Negócios de impacto social**

O termo empreendedorismo social ficou bastante conhecido nos países subdesenvolvidos e introduzido como empresa social, mais o termo empresa social nas regiões da América Latina e Ásia não foi bem aceito, e sua nomenclatura tomou a forma de negócios sociais ou negócios inclusivos. (ROSOLEN, PELEGRINI E MARIA, 2014, p.89)

### **3.1.3. Empresas do terceiro setor**

Para Meira Guillermo (2012, p.1039) apud Assumpção e Campos (2011), citam sobre o início das atividades das empresas do terceiro setor que:

[...] Durante o período ditatorial na América Latina nas décadas de 1970 e 1980, a participação dos cidadãos em defesa de seus interesses foi fortemente condicionada à garantia de liberdades políticas. Atuava-se contra o governo e, como uma estratégia de luta, os cidadãos se organizaram em um movimento associativo formal e informal de contestação que originou o embrião do que hoje se chama organização não governamental (ONG).

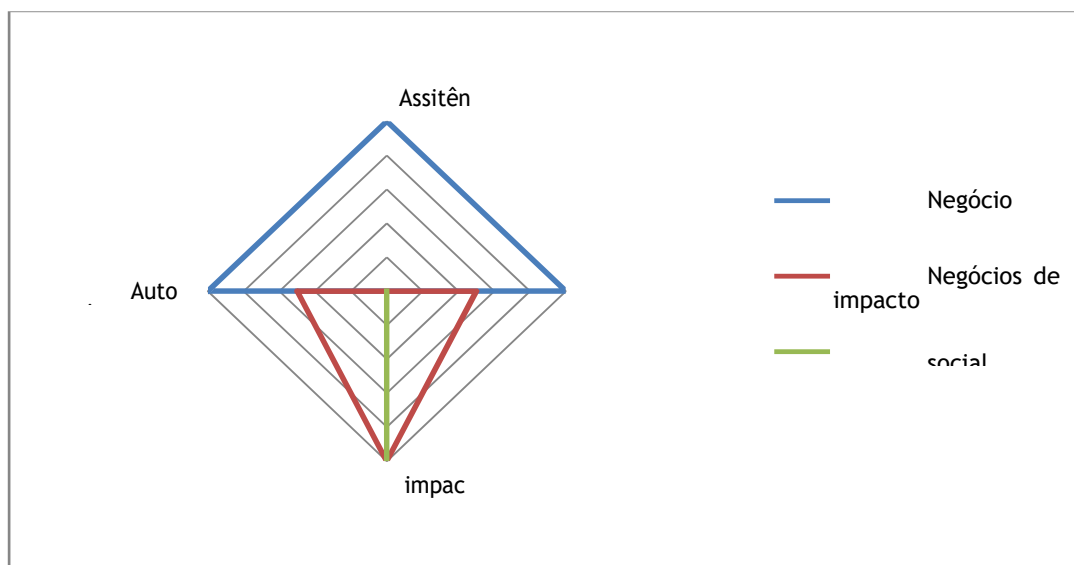
Sobre o conceito de ONG, Ruggeri (2011, p.15), cita que:

[...] uma organização do Terceiro Setor é a organização cujo objetivo seja vinculado a proteção social, focando sua ação em prol de um bem público, e cuja condução, expressa na forma de administração e enquadramento legal, seja tal que não permita que as ações desempenhadas gerem benefícios econômicos privados aos indivíduos ou grupos constituidores da organização.

Deste modo observamos que, a organização do terceiro setor é totalmente legal, onde seu foco principal é a ação em prol do bem público sem gerar benefícios econômicos ou privados para os indivíduos daquela organização.

### 3.1.4. Comparativo entre negócios privado, negócios de impacto social e empresas do terceiro setor (ONGs)

**Gráfico 1** - Radar sobre característica das atividades de negócios privado, social e empresas do terceiro setor.



Fonte: elaborado pelo autor, 2019

Observando o gráfico anterior fica claro o papel dos negócios privado, social e empresas do terceiro setor. Os negócios privados são auto-suficientes, buscam sempre o lucro e o assistencialismo. Os negócios de impacto social podem ser independentes também recebem doações, visam o

lucro mais focada no impacto social, e por fim as ONGs têm como objetivo o impacto social, e possuem restrições para receber doações e não buscam o lucro.

### **3.2. Empreendedorismo Social no Brasil**

Sobre a abordagem do empreendedorismo social no Brasil, Marques (2004, p.9), cita que:

[...] Partimos da constatação de que o empreendedorismo social emerge no cenário dos anos 1990, ante a crescente problematização social, a redução dos investimentos públicos no campo social, o crescimento das organizações do terceiro setor e da participação das empresas no investimento e nas ações sociais.

Deste modo percebe-se que o empreendedorismo social no Brasil iniciou-se no anos de 1990, diante de uma crescente problematização social, redução de investimentos no campo social, crescimento das organizações do terceiro setor e com os incentivos das empresas privadas por meio de ações sociais.

#### **3.2.1. Perspectivas e desafios**

As perspectivas podem ser sinalizadas em duas vertentes: desafio e possibilidades (MARQUES, 2004, p.16)

Quanto aos desafios o autor cita dois principais:

- ✓ Criar capital social: para o autor o capital social é a base para a elaboração e sucesso das ações do empreendedor social. (MARQUES, 2004, p.17).
- ✓ Empoderamento dos sujeitos do processo: acontece quando o sujeito percebe que ele independe do agente de mudança, percebendo em si que ele é a mudança. (MARQUES, 2004, p.17).

Segundo Marques (2004, p.17) as possibilidades são:

Gera dinamismo e objetividade;

- ✓ Gera resultados sociais de impacto;



- ✓ Cria capital social e empoderamento;
- ✓ Resgata a autoestima e visão do futuro;
- ✓ É dinâmico, cativa e motiva as pessoas ao engajamento cívico;
- ✓ Tem ênfase na geração de novos valores de mudanças de paradigmas;
- ✓ Tem na inovação, na criatividade na cooperação os pilares de sua ações.

Deste modo ao analisar os desafios e as possibilidades percebe-se que as perspectivas através do empreendedorismo social são bastante positivas e relevantes para o desenvolvimento do impacto social.

### **3.2.2. Panorama Contemporâneo**

Sobre o panorama contemporâneo, podemos usar um indicador muito relevante para medir a tendência que é a abordagem dos negócios de impacto social.

“Levantamento do SEBRAE em parceria com o programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) identificou que há mais de 800 negócios de impacto social em todo o país. Boa parte dos novos negócios que prestam serviços sociais e geram desenvolvimento econômico são *startups*”. (EMPREENDEDORISMO, 2018)

O artigo ainda aponta que os negócios de impacto sociais movimentaram cerca de US\$ 60 bilhões em nível global e registrou um aumento aproximado de 7% ao ano segundo um levantamento feito pela Ande Brasil (*Aspen Network of Development Entrepreneurs*). (EMPREENDEDORISMO, 2018).

Deste modo percebe-se que os negócios de impacto social vêm crescendo no contexto nacional e pode ser referência com relação ao empreendedorismo social no Brasil, uma vez que os negócios de impacto social é tendência não só no Brasil mais sim internacionalmente.

Os negócios estão bem diversificados entre as regiões do Brasil, com vários segmentos impactados e diversos modelos de negócio.

Segundo o mapa de negócios da Pipe.Social (2019), as atividades empreendedoras sociais no Brasil estão distribuídas das seguintes formas:

**Tabela 2-** Índice das atividades empreendedoras sociais no Brasil

Região	%	Áreas de impacto	%	Modelo de negócios	%
Sudeste	62	Tecnologias Verdes	46	B2B ( <i>Business to Business</i> )	57
Sul	14	Cidadania	43	B2C ( <i>Business to Consumer</i> )	56
Nordeste	11	Educação	36	B2B2C ( <i>Business to Business to Consumer</i> )	42
Norte	7	Saúde	26	B2G ( <i>Business to Government</i> )	29
Centro- Oeste	5	Serviços Financeiros	23	C2C ( <i>Consumer to Consumer</i> )	12
		Cidades	23		

Fonte: Mapa de negócios Pipe.Social

Por fim os negócios de impacto social já são uma realidade no Brasil, e sua influência tem levado á tona o empreendedorismo social no contexto brasileiro, a tendência torna-se favorável ao seu crescimento, pois o país ainda tem muito a melhorar com relação a políticas públicas e econômicas disponibilizando assim uma grande lacuna a ser explorada pelos empreendedores sociais que automaticamente disseminam o empreendedorismo social.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com tudo tendo em vista o que foi abordado no trabalho podemos salientar que o empreendedorismo social é pouco abordado no âmbito brasileiro, causando assim dificuldade para pesquisas. Marques (2004, p.18)

sugere a respeito da pouca abordagem do tema que é preciso a inclusão do empreendedorismo social na formação profissional universitária e no ensino médio, implementação e adoção do empreendedorismo social no campo da gestão pública, implementação e adoção do empreendedorismo social nos conselhos de direito das categorias profissionais, criação de mais espaços de apoio, incentivo, pesquisa e disseminação dos fundamentos e estratégias do empreendedorismo social no Brasil e a potencialização das ações das faculdades e universidades por intermédios de projetos de extensão.

Sobre as características do empreendedorismo social percebemos que há peculiaridades com o empreendedorismo empresarial, deste modo a única diferença entre ambos é que um tem como objetivo final o impacto social e o outro a obtenção do lucro.

Além disto, devemos entender a diferença entre responsabilidade social e empreendedorismo social, onde a responsabilidade social é voltada ao assistencialismo e em contrapartida o empreendedorismo social é voltado para a causa do impacto social.

Com um ponto importante da pesquisa salienta-se que dentro da abordagem do empreendedorismo social a dois tipos de empresas: os negócios sociais e as empresas do terceiro setor.

Os negócios sociais têm como objetivo o impacto social e ao mesmo tempo a obtenção do lucro para que seja feita manutenção do negócio (autossuficiência). As empresas do terceiro setor utilizam o modelo filantrópico como absoluto rótulo de donatário para que seja alcançado seu objetivo principal que é a causa do impacto social.

Logo as duas abordagens a cima têm dois desafios específicos: capital social e o empoderamento dos sujeitos dos processos. Desafio esses que são fatores determinantes com relação ao andamento do processo, uma vez que quando o indivíduo não aceita a mudança (impacto social) a empresa não obtém o resultado desejado, e por outro lado o

empoderamento onde os indivíduos envolvidos nos processos não aceitam a questão do trabalho sem a obtenção do lucro, tornando assim algo desmotivado para o cumprimento de metas estabelecidas.

Por fim e não o menos importante o panorama da abordagem empreendedora social foi pautado sobre a ótica dos negócios de impacto social, onde o mesmo encontra-se em alta, impulsionando assim o incentivo a abordagem social onde outrora havia apenas o conceito de ONGs, de fato as ONGs foram às propulsoras do movimento empreendedor social no Brasil, mais o atual panorama é favorecido aos negócios de impacto social.

### REFERÊNCIAS

ANDRADE, M.; LAKATOS E. M. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

\_\_\_\_\_. **Técnicas de Pesquisa**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em:< [http://www.labev.uerj.br/textos/tecnicas-pesquisa\\_pesquisa-bibliografica.pdf](http://www.labev.uerj.br/textos/tecnicas-pesquisa_pesquisa-bibliografica.pdf)>. Acessado em: 13 mar. 2019 15:27:19

BARKI, E.. Negócios de Impacto: tendência ou modismo?. Rev. Da fundação Getulio Vargas, v.14, n.1, 14-17, jan./jun.. 2015. Disponível em:<<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/26814>> Acessado em: 24 abr. 2019, 13:18:21

EMPREENDEDORISMO de Impacto Social cresce no Brasil. Por Agência Brasil, 2018. Disponível em:<<https://epocanegocios.globo.com/Mercado/noticia/2018/07/empreendedorismo-de-impacto-social-cresce-no-brasil.html>> Acessado em: 28 abr. 2019,15:30:22

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Relatório Global 2018/2019**. 2018. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/report>>. Acessado em: 08 mai. 2019, 16:00:15

HOLLERBACH, L; et al.2º Mapa de Negócios de impacto. In Pipe.Social, 2, 2019, 217. Disponível em: <<HTTP://PIPE.SOCIAL/MAPA2019> >. Acessado em: 08 mai. 2019, 15:23:00

IRANZO, A. C.; et al. **Responsabilidade Social das Empresas**. v.5. São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethios, 2006. Disponível

em:<<https://www.worldcat.org/title/responsabilidade-social-das-empresas-a-contribuicao-das-universidades-volume-5/oclc/246906474>>. Acessado em: 03 abr. 2019, 08:27:34

MARQUES, E. O.; Empreendedorismo Social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios. Revista da FAE, Curitiba, v.7, n.2, 9-18, jul./dez. 2004. Disponível em:<<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/416>>. Acessado em: 08 abr. 2019, 16:06:10.

MEIRA, A. V.; GUILLERMO, A. R. V. **Modelo de ciclo de vida de empreendimentos sociais**, Rio de Janeiro, v.4, n.4, p.1038-1058, jul./ago. 2012. Disponível em:<[http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/7123/pdf\\_3](http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/7123/pdf_3)> Acessado em: 24 abr. 2019, 16:03:38

PARENTE, C.; COSTA, D.; SANTOS, M.; RITO, R. C. **Empreendedorismo social**: contributos teóricos para a sua definição. In: Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho, 15, 2011, Lisboa, 268-282. Disponível em:<<https://repositorioaberto.up.pt/bitstream/10216/61185/2/cparenteempreendedorismo000151867.pdf>>. Acessado em: 20 mar. 2019, 16:00:05

ROSOLEN, T.; PELEGRINI, G. T, MARIA G. C. **Empreendedorismo social e Negócios sociais**: um estudo bibliométrico da publicação nacional/internacional. Revista Rigs, Bahia, v.3, n.1, 86-105, jan./abr. 2014. Disponível em:<<https://portalseer.ufba.br/index.php/rigs/article/view/8994/11596>>. Acessado em: 10 abr. 2019, 13:02:09

RUGGERI, R. G. **Gerenciamento de Projetos no Terceiro Setor**. Rio de Janeiro: Brasport, 2011. Disponível em:<[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=lang\\_pt&id=1L0zhHDvWeAC&oi=fnd&pg=PA63&dq=Ruggeri+terceiro+setor&ots=P4h2GvgGy1&sig=34l28b82qo9hD3is1-LVwwTtDKQ#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=lang_pt&id=1L0zhHDvWeAC&oi=fnd&pg=PA63&dq=Ruggeri+terceiro+setor&ots=P4h2GvgGy1&sig=34l28b82qo9hD3is1-LVwwTtDKQ#v=onepage&q&f=false)> Acessado em: 30 mai. 2019, 23:03:12

VIEIRA, A. S.; **Como empreendedores sociais constroem e mantêm a sustentabilidade de seus empreendimentos**. 64. Dissertação apresentada à escola brasileira de administração pública e de empresas para obtenção do grau de mestre – Rio de Janeiro, 2009. Disponível em:<<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/8788/1418703.pdf>>. Acessado em: 16 mar. 2019, 13:57:23