

UMA ANÁLISE COMPARATIVA DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL NAS MACRORREGIÕES BRASILEIRAS

<http://dx.doi.org/10.21527/2237-6453.2021.56.10930>

Recebido em: 10/6/2020

Aceito em: 14/5/2021

Tárcila Bezerra Vasconcelos¹, Adriana Fumi Chim Miki², Pedro Ivo Silva da Nóbrega¹

RESUMO

O empreendedorismo social (ES) emergiu criando modelos de negócio que buscam o desenvolvimento social por meio de soluções eficientes que podem culminar em processos de transformação social. Isso posto, esta pesquisa objetivou realizar uma análise comparativa das dimensões do empreendedorismo social nas diferentes regiões brasileiras, verificando suas variações no país. As categorias de análise utilizadas foram: oportunidades, inovação, autogestão, valor econômico, valor social e desenvolvimento sustentável. A pesquisa utilizou dados secundários de um universo composto por 19.708 empreendimentos econômicos solidários (EES) em 2013 e 21.859 EES em 2007. Sua natureza é quantitativa, na qual foi usada uma análise de dados por intermédio de estatística descritiva. Entre os principais resultados encontrados verificou-se que as dimensões Valor Social e Inovação são as que possuem maiores médias percentuais, porém ambas tiveram uma redução percentual no período analisado, juntamente com Desenvolvimento social e Valor econômico. Somente as dimensões Oportunidade e Autogestão demonstraram evolução positiva. Os achados indicam que nos EESs brasileiros prevalece a perspectiva do valor social norteadora para o valor econômico, e possuem características inerentes à Escola de empreendedorismo social dos países em desenvolvimento, portanto, motivados pelo desenvolvimento comunitários, oportunidades e alternativa ao desemprego, e, desta forma, não se concretiza o equilíbrio proposto pelo *triple bottom line*. Além disso, no geral, o cenário mostra que os EESs não estão se consolidando ante as dimensões analisadas.

Palavras-chave: empreendedorismo social; empreendimentos econômicos solidários; valor social.

A COMPARATIVE ANALYSIS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE BRAZILIAN MACRO REGIONS

ABSTRACT

Social entrepreneurship (SE) emerged by creating business models towards social development through efficient solutions that can culminate in processes of social transformation. Face that, this research aimed to perform a comparative analysis of social entrepreneurship's dimensions in the Brazilian regions to verify their variations along with the country. The categories of analysis used were opportunities, innovation, self-management, economic value, social value, and sustainable development. The study used secondary data based on information of 19,708 solidarity economic enterprises (SEE) collected in 2013 and 21,859 SEE in 2007. The research was applied with a quantitative approach. Data analysis was through descriptive statistics. Among the main results, it was verified that the Social Value and Innovation dimensions presented the highest levels among the categories of study, however, both had a percentage reduction in the analyzed period, along with Social Development and Economic Value. Only the Opportunity and Self-management dimensions showed a positive evolution. The findings indicated that in the Brazilian SEE, the perspective of the social value oriented towards economic value prevails. Also, the Brazilian SEE have characteristics inherent to the School of social entrepreneurship of the developing countries, i.e., they are motivated by the community development, opportunities and alternative to the unemployment, therefore, the balance proposed by the triple bottom line is not achieved. Besides, an overview based on the analyzed dimensions indicated that the Brazilian SEE are not consolidating.

Keywords: Social entrepreneurship. Solidarity economic enterprises. Social value.

¹ Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Campina Grande/PB, Brasil.

² Autora correspondente. Universidade Federal de Campina Grande – Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade. R. Aprígio Veloso, 882. Universitário. Campina Grande/PB, Brasil. CEP 58429-900. <http://lattes.cnpq.br/6294505765908268>. <https://orcid.org/0000-0001-7685-2718>. adriana.c.miki@ufcg.edu.br

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem recebido notória atenção nas economias do mundo inteiro, inclusive com o crescimento de até o dobro de estudos em alguns anos, como os períodos entre 1999-2000 e 2005-2006 (CHANDRA, 2018; SASSMANNSHAUSEN; VOLKMANN, 2018). No Brasil, de acordo com os dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2017), mais de um terço da população conduz alguma atividade empreendedora. Diversos motivos sustentam este contexto e influenciam as pessoas a dar início a um negócio, sendo motivadas por oportunidade, com maioria de 59,4%, ou por necessidade, com 39,9% dos empreendedores (GEM, 2017).

Schumpeter (1943) relatou a importância desse tipo de atividade para a sociedade e afirmou que o empreendedor assumiu a função de impulsionar a transformação na sociedade por meio da introdução de novos produtos, padrões produtivos ou processos, sendo visto como agente revolucionário. Em resumo, o empreendedor transforma a sociedade a partir da identificação de suas necessidades, criando soluções mediante negócios.

Nos últimos tempos, entretanto, Kirzner (2009) refere-se ao empreendedor com uma atitude de alerta para obter lucros, detectando e aproveitando novas oportunidades econômicas e enfrentando incertezas para seu próprio benefício (VIDOVIC, 2020). Nesse contexto, o domínio extremo do capital financeiro criou uma mentalidade pela qual cada objetivo estratégico deve responder ao objetivo da rentabilidade financeira, mentalidade que não ficou confinada ao campo organizacional, mas que se apossou dos indivíduos (GAULEJAC, 2007), ressaltando a urgência de uma forma mais sofisticada de capitalismo, imbuída de um propósito social e imersa em uma compreensão mais profunda da competição e da criação de valor econômico (PORTER; KRAMER, 2019).

Seguindo uma visão schumpeteriana, o empreendedor pode atender às várias necessidades sociais que não têm sido plenamente atendidas pelo poder público ou empresas tradicionais na sociedade (SINGH; INBANATHAN, 2018). Diante disso, um novo estilo de empreendedorismo emergiu, fornecendo soluções para os problemas sociais locais de forma dinâmica, podendo utilizar a inovação como alicerce organizacional (KOSTETSKA; BEREZYAK, 2014). Assim, sua motivação busca por soluções sociais em detrimento de apenas o lucro, criando uma nova forma de empreender, chamado de Empreendedorismo Social (ES).

O Empreendedorismo Social pode ser entendido como um processo sistemático que visa a criar valor social para melhorar a vivência das pessoas, construir comunidade e melhorar a sociedade (RUYSSCHER *et al.*, 2017). Pode ser, contudo, também compreendido como uma atividade empresarial com o propósito de resolver ou reduzir os problemas dos mais desfavorecidos, combinando a missão social e a abordagem comercial (KOSTETSKA; BEREZYAK, 2014). O conceito possui alta proliferação de definições e, com isso, não tem consenso teórico, mas a característica comum a todas é a subordinação dos interesses individuais aos coletivos (PERSAUD; BAYON, 2019; MACKE *et al.*, 2019).

Embora a definição de Empreendedorismo Social tenha se modificado ao longo do tempo, o objetivo central dos empreendedores sociais permaneceu sendo a mobilidade social (SASSMANNSHAUSEN; VOLKMANN, 2018). Ashoka (2018) conceitua os empreendedores sociais como indivíduos fornecedores de ideias que causam mudanças em nível sistêmico por gerarem soluções inovadoras para os desafios sociais, culturais e ambientais da atualidade. Dessa forma,

o Empreendedorismo Social tem sido apontado como a oferta de solução para melhorar situações sociais desafiadoras.

Esse novo setor possui capacidade de expansão, uma vez que são diversos os obstáculos que os países enfrentam atualmente. Dentre essas barreiras, o *World Economic Forum*, no relatório de 2015/2016 sobre perspectivas da Agenda Global, apontou a desigualdade social e o crescimento do número de desempregados como um dos principais desafios do nosso tempo (HERRINGTON; KEW, 2016). Isso se alinha com o uso do empreendedorismo como autoemprego, e a alta taxa de empreendedorismo por necessidade vista nos países em desenvolvimento. Pode, porém, também representar um impulso ao empreendedorismo social (MOLINA *et al.*, 2018).

Devido à relevância que o empreendedorismo social tem assumido na solução de problemas da sociedade, torna-se uma questão-chave analisar as dimensões capazes de sinalizar a evolução desta modalidade de empreendimento. Isso posto, esta pesquisa tem como objetivo analisar as dimensões relacionadas ao empreendedorismo social nas diferentes regiões brasileiras, verificando suas variações ante os diferentes contextos econômico-sociais do país. As categorias de análise seguem a proposta de Sousa, Gandolfi e Gandolfi (2011), que são: oportunidades, inovação, autogestão, valor econômico, valor social e desenvolvimento sustentável.

O estudo utiliza dados secundários extraídos do Banco de Dados sobre os Empreendimentos Econômicos Solidários, elaborado pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes) do Ministério do Trabalho e Emprego nos anos de 2007 e 2013. O recorte temporal é devido à disponibilidade de informações e monitoramento estatístico destes no Brasil. A abordagem deste trabalho foi quantitativa, utilizando estatística descritiva, portanto um estudo descritivo.

A pesquisa justifica-se, por um lado, pela necessidade de conhecer com maior detalhamento os níveis de empreendedorismo social no Brasil, e, por outro, para contribuir com a literatura no campo. Assim, na sequência, este trabalho organiza-se em uma seção de fundamentos teóricos que aborda o empreendedorismo social enquanto conceito e suas dimensões, incluindo a apresentação das categorias de análise adotadas nesta pesquisa. Na continuação, uma seção apresenta o desenho metodológico do trabalho, seguida da exposição e discussão dos resultados, para, finalmente, encerrar com as conclusões, limitações do estudo e indicações de pesquisas futuras.

EMPREENDEDORISMO

Diversas áreas da ciência estudam sobre o empreendedorismo, produzindo uma pluralidade conceitual e de objetos de pesquisa nos estudos deste tópico (FERREIRA; PINTO; MIRANDA, 2015). Como muitas áreas do conhecimento, porém, o empreendedorismo está intrinsecamente imerso nas transformações históricas e sociais, principalmente no que se refere à forma de produzir e às relações de trabalho.

Dentre essas transformações, após o Modelo de Bem-Estar keynesiano, identificado por conter uma forte intervenção estatal, sobreveio o Estado mínimo, que impulsionou a competição entre os agentes econômicos produzindo avanços tecnológicos como caminho para obter a vantagem competitiva. Essa evolução tecnológica possibilitou a automatização da produção e a otimização dos processos, mas contribuiu com o aumento de desempregados, abalando o ideal

dade de agregar valor social. Nessa linha de pensamento, Zahra e Wright (2016) afirmaram que é preciso encontrar um equilíbrio efetivo em ganhar riqueza econômica ou financeira e melhorar a qualidade de vida da sociedade, o qual foi denominado “riqueza social”. Com isso, uma vez que o empreendedorismo afeta a humanidade como um todo, o trabalho de empresários abordando questões extremamente emergentes na sociedade, como escassez de água, poluição ambiental, etc., são essenciais (ZAHRA; WRIGHT, 2016). É nesse cenário que o Empreendedorismo Social surgiu e vem ganhando espaço nas economias mundiais.

Empreendedorismo Social (ES)

É desconhecida a primeira utilização do termo “empreendedorismo social”, todavia as primeiras ideias desse tipo de empreendedorismo provavelmente se originaram em 1954 com o trabalho de William N. Parker, que constatou uma forma distinta de empreendedorismo vinculada à inquietação do indivíduo e à fluidez da estrutura social, dentre outros fatores (SASSMANNSHAUSEN; VOLKMANN, 2013). Somente, porém, entre as décadas de 80 e 90 do século 20, o conceito foi amplamente difundido pelo empresário e fundador do Ashoka, Bill Drayton (CASAQUI; SINATO, 2015).

Posteriormente, a partir do estudo desse fenômeno, surgiram linhas de pensamentos distintas, gerando três escolas de empreendedorismo social, a saber: a abordagem norte-americana, a europeia e a dos países em desenvolvimento (MACHADO; LENZI; VERDU, 2017). Nos Estados Unidos, em virtude do caráter omissivo do papel do Estado, surgiu o setor de organizações sem fins lucrativos, que diz respeito à missão social que norteia as decisões organizacionais e envolve a inovação social. Por outro lado, a Escola Europeia nasceu em oposição à economia de mercado por meio do surgimento de movimentos associativos, como partidos operários, sindicatos, etc. (PARENTE *et al.*, 2013). Por fim, a ideia de Empreendedorismo Social, na escola dos países em desenvolvimento, surge para atender um grande déficit social, focado na geração de emprego e renda (MACHADO; LENZI; VERDU, 2017).

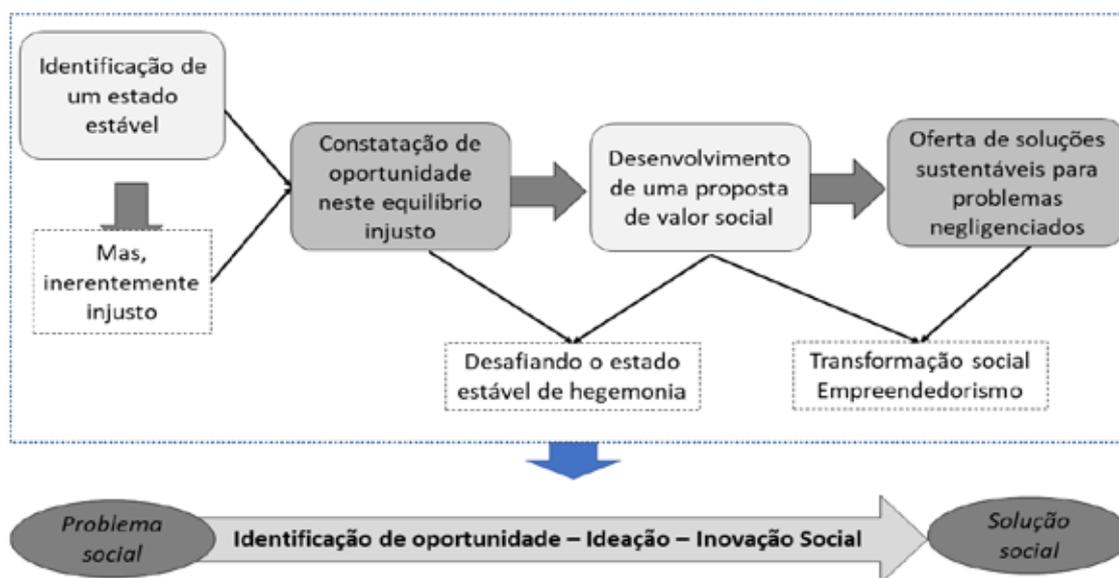
Ademais, além das diferentes perspectivas teóricas, existe uma distinção entre a opinião dos autores sobre a relação entre empreendimentos sociais e o lucro, gerando alguns impasses para o alcance do consenso conceitual sobre o tema. Em primeiro lugar, alguns autores explicam que existe um *trade-off* entre criação de valor, que retrata o impacto positivo na sociedade, e captura de valor, em que a noção tradicional de lucro é uma estimativa do valor capturado por uma organização (SANTOS, 2012).

O fator diferenciador entre os empreendedores sociais dos empreendedores de negócio é o alicerce fundamentado na missão social. Disto deriva que o lucro não pode ser o indicador da criação de valor, posto que a melhoria social é sua missão, então, somente o impacto social pode ser seu medidor (DEES, 1998). Em contrapartida, existem aqueles que acreditam que o Empreendedorismo Social pode mesclar a resolução de problemas/oportunidades sociais e o ganho econômico, gerando empreendimentos híbridos, uma vez que é a primazia do social sobre a elaboração das estratégias organizacionais com missão e metas financeiras, que as diferenciam das organizações exclusivamente comerciais ou sem fins lucrativos (ZAHRA; WRIGHT, 2016). Os empreendedores sociais são impulsionados por modelos de negócios inovadores em resposta a problemas sociais negligenciados por empresas, governo e organizações não governamentais (SANTOS, 2012; ZAHRA *et al.*, 2009). Com isso, o presente artigo conceitua o empre-

endedorismo social como a capacidade de combinar elementos empresariais e sociais simultaneamente (MACKE *et al.*, 2018; NGA; SHAMUGANATHAN, 2010; SMITH *et al.*, 2013) com o objetivo de criar valor social para a sociedade (KANNAMPUZHA; HOCKERTS, 2019).

Muitos casos de empreendimentos sociais iniciam com pequenas iniciativas visando a solucionar problemas que têm uma expressão local, mas de relevância global, o que caracteriza o processo do Empreendedorismo Social (MARTIN; OSBERG, 2007; SANTOS, 2012) apresentado na Figura 2.

Figura 2 – Processo do Empreendedorismo Social



Fonte: Elaborada pelas autoras a partir de SANTOS (2012); MARTIN; OSBERG (2007).

As definições conceituais relacionadas ao tema e ao processo (Figura 2) mostram a existência de algumas características inerentes ao Empreendedorismo Social, as quais podem ser utilizadas como forma de analisar os empreendimentos existentes. Neste sentido, Sousa, Gandolfi e Gandolfi (2011) propõem que o Empreendedorismo Social possui seis categorias de análise: oportunidades, inovação, autogestão, valor econômico, valor social e desenvolvimento sustentável.

Oportunidade: Existem vários motivos para a abertura de um negócio, sendo a oportunidade um elemento-chave para qualquer tipo de empreendedorismo (FÉLIX GONZÁLEZ; HUSTED; AIGNER, 2017; GONZÁLEZ, 2013). No Empreendedorismo Social, porém, a oportunidade traduz-se na existência de um problema social, posto que sua identificação nos empreendimentos sociais está intimamente relacionada ao ajuste do equilíbrio social por meio de soluções inovadoras e da geração de valor social (SINGH; INBANATHAN, 2018), sendo este o alicerce básico que sustenta seus conceitos. González *et al.* (2017) caracterizam dois fatores responsáveis por interligar o empreendedor à oportunidade, denominados descoberta e criação de oportunidades. O processo de descoberta relaciona-se com o senso de agilidade empresarial que proporciona um “alerta empreendedor” que advém da busca de informação sobre soluções empresariais preexistentes, percepção acurada sobre o meio ambiente e redes sociais extensas de empreendedores de laços fracos, enquanto a criação de oportunidades tem por via processo de

tentativa e erro convergindo na alta radicalização da inovação, combinando recursos disponíveis e abrindo novos mercados (FÉLIX GONZÁLEZ; HUSTED; AIGNER, 2017). Com isso, a criação é compreendida como processo de transformação profunda com consequências sistêmicas mediante modelos de negócios inéditos que surgem por intermédio de *insights* do empreendedor.

Inovação: Categoria associada ao empreendedorismo desde 1912 pelos estudos de Schumpeter (OLINSSON, 2017). No Empreendedorismo Social, a dificuldade de balancear o impacto social e o ganho financeiro torna ainda mais difícil a sobrevivência dos empreendimentos, fazendo os empreendedores sociais buscarem na inovação uma solução para atingir seus objetivos, surgindo a inovação social, a qual tem como objetivo a geração e execução de novas ideias de produtos ou serviços abordando problemas sociais existentes (BERGAMINI; NAVARRO; HILLIARD, 2017; DWIVEDI; WEERAWARDENA, 2018). Além do mais, destinam-se ao desenvolvimento das comunidades e dos indivíduos mediante ações que “envolvam as relações de produção e consumo de políticas de inclusão social, democráticas e participativas” (DE OLIVEIRA; CORREIA; GOMEZ, 2018). Assim, a inovação social desenvolve soluções para o desenvolvimento ambiental e social concentrando-se em transformações estruturais que provocam mudanças nos laços sociais em benefício do bem-estar da comunidade e da satisfação de suas necessidades (CORREIA; DE OLIVEIRA; GOMEZ, 2016; DE OLIVEIRA; CORREIA; GOMEZ, 2018).

Autogestão: A autogestão pode ser considerada a menos citada nos estudos sobre Empreendedorismo Social e mais relacionada com a Economia Solidária. Essa nova forma de empreender, entretanto, pode promover uma ruptura do modelo tradicional de trabalho devido à sua natureza coletiva que se reflete em uma nova dinâmica socioeconômica (COLEY, 2015). A autogestão pode ser entendida como sistema alternativo fundamentado nas relações sociais coletivistas de produção, e busca desconstruir a noção de economia atrelada à exploração e dominação (DE LIMA; MAIA; DE MENEZES, 2015; FARIA, 2017).

Valor Econômico: Esta abordagem promove igual peso às dimensões econômica, ambiental e social para o desenvolvimento sustentável das organizações e possui duas perspectivas, uma norteada para missão social sem fins lucrativos e outra orientada para missão social com fins lucrativos, buscando o equilíbrio proposto pelo *triple bottom line* (ARASTI; ZAREI; DIDEHVAR, 2015; HUSSAIN; RIGONI; ORI, 2018). Na presente pesquisa utiliza-se a concepção de valor econômico ligado a resultados financeiros positivos. Destarte, os indicadores para medir essa categoria estão relacionados à remuneração dos associados, capacidade de manter as operações e um padrão satisfatório de investimento na capacidade produtiva (SOUSA; GANDOLFI; GANDOLFI, 2011).

Valor Social: A categoria valor social propõe que os empreendimentos sociais são criados para desenvolver mudanças sociais “através de projetos ou ações que têm como objetivo principal a geração de valor social para um grupo de pessoas, uma comunidade ou um território, mobilizando diferentes e diversos atores e recursos.” (COLEY, 2015). Embora não exista uma definição consistente ou uma compreensão universal para medir a criação de valor social, Weaver (2018) sugere que este deve ser conceituado tendo como alicerce a abordagem de capacidade, a qual é entendida como uma abordagem teórica que considera o desenvolvimento humano visando às realizações pessoais, seus valores e desejos, e a oportunidade que tais pessoas possuem em alcançar o que elas valorizam e desejam. Além do mais, a criação de valor social envolve resolver e satisfazer as necessidades básicas da sociedade, por exemplo: alimentação, abrigo, educação, saúde básica, etc. (MURALIDHARAN; PATHAK, 2018). Com isso, ações que visam o

desenvolvimento de ações sociais e o desenvolvimento humano, podem ser utilizadas como indicadores para essa categoria.

Desenvolvimento Sustentável: Por fim, o desenvolvimento sustentável pode ser compreendido como uma oportunidade para um modelo de negócio sustentável que retarda a degradação e melhora gradualmente os ecossistemas (YOUSSEF; BOUBAKER; OMRI, 2018). A sustentabilidade preocupa-se com o bem-estar dos indivíduos na sociedade e com o meio ambiente, sendo o Empreendedorismo Social um contribuinte na criação de insumos para o desenvolvimento sustentável (MURALIDHARAN; PATHAK, 2018). Desse modo, cuidados com a destinação dos resíduos, a preservação ecológica e a preservação das condições de vida da população, são indicadores para analisar essa categoria.

Ademais, uma das vertentes do Empreendedorismo Social é a Economia Solidária, que surgiu em Paris em 1830 com a publicação da obra “*Nouveau traité d’économie sociale*”, de Charles Dunoyer (MACHÍN; ALEMÁN; RODRÍGUEZ, 2017). Entre suas características, Benavides *et al.* (2018) retratam que a Economia Solidária não distingue classes sociais, autoridade ou apropriação individual, sendo sua produção compartilhada em solidariedade e igualdade entre os membros da comunidade.

Apesar de não existir definição única e consensual, os autores concordam que o surgimento destes tipos de organizações é derivado da necessidade de novas práticas econômicas que constituem alternativas à organização econômica dominante (SAGUIER; BRENT, 2017). Assim, a Economia Solidária pode ser definida por muitos autores como um setor intermediário entre o público e o privado, sendo identificada com duplo objetivo: econômico e social (MACHÍN; ALEMÁN; RODRÍGUEZ, 2017), assim como os demais tipos de empreendimentos sociais.

Com isso, os Empreendimentos Econômicos Solidários buscam atender o interesse social por meio de atividades econômicas baseadas nas concepções de democracia, igualdade, solidariedade, cooperação e respeito ao ser humano e ao meio ambiente (GARCÍA; FRANTZESKAKI, 2017). Possuem alguns princípios, como: a busca pelo bem comum, a prioridade dos interesses coletivos sobre interesses individuais, comércio justo, consumo ético e responsável, autogestão, responsabilidade social e ambiental, distribuição equitativa e solidária dos excedentes, etc. (BENAVIDES *et al.*, 2018), além de atuarem em diferentes formas e em todas as esferas da vida socioeconômica, como: serviços, produção, comércio, poupança e crédito, etc., relacionando-se, na maioria dos países, como um fator de subsistência ou como modelo de desenvolvimento alternativo (MACHÍN; ALEMÁN; RODRÍGUEZ, 2017).

METODOLOGIA

Esta pesquisa é de natureza aplicada e se caracteriza como descritiva, dado que visa a descrever as características da população em análise e o estabelecimento das relações entre variáveis e dimensões (PRODANOV; DE FREITAS, 2013). Em relação à sua abordagem, a pesquisa é considerada quantitativa, utilizando como técnica a análise estatística descritiva. A unidade de análise foi os proprietários dos Empreendimentos Econômicos Solidários, empregando dados secundários, posto que o estudo será realizado usando dados extraídos do banco de dados elaborado pela Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho e Emprego. Os dados foram disponibilizados no formato de CD-ROM por intermédio de acordo firmado entre

a Universidade Federal de Campina Grande e o Ministério da Cidadania mediante cadastro no Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária. Além do mais, a ferramenta utilizada para processar os dados foi o Excel Office.

A Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes) é uma iniciativa pioneira no país e no mundo para identificação e caracterização de Empreendimentos Econômicos Solidários. A pesquisa denominada por “Mapeamento da Economia Solidária no Brasil” teve início em 2003 e resultou em um banco de dados denominado Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (Sies), que tem como objetivo caracterizar e fortalecer a economia solidária com o intuito de obter reconhecimento e apoio público. O instrumento de pesquisa ocorreu por meio de um amplo questionário abrangendo questões relativas à: abrangência e características gerais; investimentos, acesso a crédito e apoios; gestão do empreendimento; dentre outros fatores. Os respondentes foram os proprietários dos Empreendimentos Econômicos Solidários. A realização do trabalho de campo foi viabilizada com a constituição de equipes gestoras estaduais (EGEs) e a formação de equipes de trabalho de campo em um amplo processo de mobilização nacional.

Conforme o Observatório Nacional da Economia Solidária e do Cooperativismo (Onesc), o projeto está sendo executado em parceria com a Secretaria e o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), e a Economia Solidária é caracterizada como uma nova forma de produzir, vender, comprar e trocar, quando os próprios trabalhadores são donos e, por conta disso, tomam decisões e dividem os resultados operacionais (DIEESE, 2016). São exemplos de Empreendimentos Econômicos Solidários: associações, cooperativas de agricultura familiar, bancos comunitários, cooperativas de coleta e reciclagem, etc., sendo caracterizadas por conter alguns princípios, como cooperação, autogestão, ação econômica e solidariedade.

O universo do estudo foi composto por 19.708 Empreendimentos Econômicos Solidários que participaram da pesquisa em 2013 e 21.859 em 2007, apresentados na Tabela 1, analisados por ano e por região brasileira. A média da quantidade de homens e mulheres sócios é 48 e 28, respectivamente, no ano de 2007; e 41 e 31, respectivamente, no ano de 2013. A área de atuação dos empreendimentos é, em sua maioria, rural, com 48,3% em 2007 e 54,8% em 2013. A forma organizacional em 2007 foi formada, em grande parte, por associações (52%), grupos informais (36,7%) e cooperativas (9,7%). Em 2013 foi composta, em sua maioria, por associações (60%), grupos informais 30,5(%) e cooperativas (8,8%).

Tabela 1 – Quantidade de EES por região brasileira em 2007 e 2013

Centro-oeste		Nordeste		Norte		Sudeste		Sul	
2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013
2.210	2.021	9.498	8.040	2.656	3.127	3.912	3.228	3.583	3.292

Fonte: Elaborada pelas autoras a partir do banco de dados do Sies/Senaes.

Um total de 10 variáveis e 27 indicadores foram levantados para responder as 6 categorias de análise propostas por Sousa, Gandolfi e Gandolfi (2011), e podem ser verificados na Figura 3.

Figura 3 – Variáveis e indicadores do Empreendedorismo Social



Fonte: Elaborada pelas autoras com base em SOUSA; GANDOLFI; GANDOLFI (2011).

A partir desta proposta metodológica baseada nas categorias de oportunidades, inovação, autogestão, valor econômico, valor social e desenvolvimento sustentável, foram analisados os Empreendimentos Econômicos Solidários por região brasileira, verificando as diferenças entre o ano de 2007 e 2013. Apesar de o modelo denominar a sexta dimensão como Desenvolvimento sustentável, os indicadores selecionados pelos autores estão mais relacionados com o valor ambiental gerado pelos empreendimentos (apenas um dos pilares da sustentabilidade). Desta forma, sugere-se que a sexta dimensão seja intitulada de Valor ambiental, uma vez que os pilares do valor social e econômico já estão inseridos no modelo.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

A dimensão Oportunidade foi verificada por meio de quatro indicadores (Quadro 1). O primeiro indicador mostra que a criação dos Empreendimentos Econômicos Solidários como alternativa ao desemprego cresceu em quase todas as regiões brasileiras, com exceção da Região Norte, e mostrando-se mais elevado na Região Sudeste, o que se associaria ao empreendedorismo por necessidade e ao autoemprego. A taxa de desocupação média anual brasileira, no entanto, teve uma queda entre os anos de 2007 e 2013 de 9,3% para 5,4%, respectivamente (IBGE, 2016). Tal resultado constata que os Empreendimentos Econômicos Solidários podem ser uma alternativa ao desemprego, com o autoemprego aliado à oportunidade social, gerando o empreendedorismo por oportunidade, mesmo com redução da desocupação.

Em sequência, o resultado do segundo indicador demonstra uma análise semelhante ao primeiro, dado que houve um pequeno aumento percentual em todas as regiões, com exceção da Região Norte. A motivação social, filantrópica ou religiosa, entretanto, vem crescendo em todas as regiões brasileiras, com destaque para a Região Norte, a qual obteve uma variação de quase 15% entre 2007 e 2013. Por fim, o último indicador da dimensão, Desenvolvimento comunitário de capacidades e potencialidades, também aumentou em todas as regiões brasileiras, com destaque para a Região Centro-Oeste e Nordeste, com aumento de 19% e 17,8%, respectivamente.

Quadro 1 – Dimensão Oportunidade

DIMENSÃO OPORTUNIDADE											
Var.	Indicadores	Centro-Oeste		Nordeste		Norte		Sudeste		Sul	
		2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013
V1	Uma alternativa ao desemprego	28,3%	31,0%	6,6%	7,8%	23,6%	20,0%	16,0%	19,4%	17,5%	19,0%
		957	892	4377	3422	1174	1757	2159	1896	1278	1139
	Desenvolvimento de uma atividade onde todos são donos	10,0%	10,9%	2,3%	2,7%	8,3%	7,0%	5,6%	6,8%	6,1%	6,7%
		675	875	2504	3123	905	1416	1115	1340	891	1270
	Motivação social, filantrópica ou religiosa	6,3%	15,7%	6,1%	19,4%	5,6%	20,2%	10,6%	23,6%	8,3%	16,1%
		139	317	579	1560	148	633	414	762	297	529
	Desenvolvimento comunitário de capacidades e potencialidades	8,7%	27,7%	16,2%	34,1%	10,0%	24,7%	15,5%	26,3%	10,5%	22,1%
		192	560	1541	2739	265	771	607	848	375	728

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do banco de dados do Sies/Senaes.

A dimensão Inovação foi verificada por dois indicadores (Quadro 2), os quais diminuíram percentualmente em quase todas as regiões entre os anos de 2007 e 2013. O acesso a algum tipo de apoio, assessoria ou capacitação teve um declínio médio de, aproximadamente, 10%, sendo mais acentuado na Região Sul (variação igual a -14,8%). Além do mais, no segundo indicador, que trata da participação do empreendedor em redes ou fóruns de articulação, também foi perceptível uma redução geral, no entanto bem menor do que a do primeiro. A Região Norte foi a única que obteve uma evolução positiva na dimensão Inovação. De acordo com os resultados apurados, observa-se que tal região se manteve estável percentualmente, com aumento de

18,43% em seu valor absoluto. Considerando que o Empreendedorismo Social está diretamente relacionado à inovação social, a falta de apoio à capacitação e à participação em fóruns ou redes compromete o avanço inovador, a formação de ideias e o preparo para identificar oportunidades.

Apesar da queda no período analisado, ainda é significativo o percentual de empreendedores que alegaram ter tido acesso a apoios, assessorias ou capacitação. Mesmo com a taxa de 52% da Região Norte, ainda assim mais da metade dos empreendedores tiveram acesso, enquanto no item participação em redes/fóruns os números são abaixo da média em praticamente todo o país. Isso indica empresários sociais com perfil individualista, o que contraria o senso de coletividade que se espera deste tipo de visão empreendedora, conforme defende os autores da área (FARIA, 2017).

Quadro 2 – Dimensão Inovação

DIMENSÃO INOVAÇÃO											
Var.	Indicadores	Centro-Oeste		Nordeste		Norte		Sudeste		Sul	
		2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013
V2	Acesso a algum tipo de apoio, assessoria ou capacitação	66,3%	53,6%	71,8%	63,7%	66,1%	52,0%	75,7%	74,3%	80,4%	65,6%
		1465	1083	6824	5125	1755	1625	2962	2400	2880	2158
	Participa de alguma rede ou fórum de articulação	38,3%	27,7%	45,5%	37,9%	37,8%	38,0%	50,1%	48,0%	51,9%	44,2%
		846	560	4.323	3.051	1.004	1.189	1.959	1.549	1.860	1.455

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do banco de dados do Sies/Senaes.

Em sequência, a dimensão Autogestão foi analisada por meio de três variáveis e seis indicadores (Quadro 3). A primeira variável diz respeito à origem da matéria-prima ou insumo, na qual percebeu-se uma queda no número de associados e Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) que forneceram matéria-prima para outros empreendimentos sociais. Houve, todavia, algumas exceções, como a Região Norte, que obteve um aumento percentual positivo nos dois indicadores, e a Região Sudeste, que apresentou uma variação positiva de 5,2%. Tais resultados podem demonstrar uma ineficiência desse tipo de empreendimento, por não estarem conseguindo suprir a demanda por insumos, ou ainda uma falta de coletivismo, baixa capacidade de formar e operar em redes, levando-os ao mercado convencional, deixando de fortalecer a economia solidária.

Em contrapartida, em relação às instâncias de direção e coordenação dos empreendimentos, percebeu-se um aumento percentual de empreendimentos em que a coordenação é realizada por meio de assembleias ou reuniões do coletivo com os sócios, destacando-se a Região Sudeste, com variação igual a 19,9% entre os anos analisados (Quadro 3). Além disso, notou-se que tal indicador possuiu os maiores percentuais da dimensão Autogestão. Em relação, contudo, às instâncias de direção e coordenação por intermédio de Diretoria/Conselho Diretor/Coordenação e Conselho Administrativo, somente a Região Sudeste teve uma variação positiva. Por fim, sobre as formas de participação de sócio(as) nas decisões por meio de plano de trabalho definido em assembleia, notou-se outro destaque para a Região Sudeste, dado que, além de a região ter obtido o maior percentual em todos os anos analisados nesse indicador, ela obteve uma variação positiva de 15,1% entre 2007 e 2013. Assim, pode-se observar que os Empreendimentos

dimentos Econômicos Solidários estão amadurecendo no que se refere a busca de um sistema coletivista de produção e um modelo econômico oposto ao modelo administrativo baseado em dominação e exploração (DE LIMA; MAIA; DE MENEZES, 2015; FARIA, 2017).

Quadro 3 – Dimensão Autogestão

DIMENSÃO AUTOGESTÃO											
Var.	Indicadores	Centro-Oeste		Nordeste		Norte		Sudeste		Sul	
		2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013
V3	Aquisição dos próprios Associados(as)	29,9%	21,8%	33,6%	24,2%	29,3%	36,6%	16,7%	13,5%	25,1%	22,7%
		660	440	3.196	1.947	777	1.144	654	436	900	746
	Aquisição de outros EES	5,0%	4,1%	5,2%	2,5%	6,9%	8,7%	4,2%	9,4%	9,6%	5,4%
		111	83	491	199	183	273	163	302	344	177
V4	Assembleia de sócios(as) ou reunião do coletivo de sócios/as	71,9%	81,7%	81,2%	87,1%	76,4%	81,4%	67,4%	87,3%	76,6%	76,6%
		1589	1651	7712	7002	2029	2545	2637	2817	2746	2521
	Diretoria/ Conselho Diretor/ coordenação	56,1%	47,6%	67,5%	66,5%	58,9%	52,2%	51,3%	63,0%	57,9%	53,9%
		1240	961	6409	5347	1565	1633	2008	2034	2076	1776
	Conselho Administrativo	21,0%	13,6%	16,0%	11,1%	16,6%	14,7%	17,3%	19,6%	24,9%	18,1%
		464	275	1516	893	440	460	677	632	892	596
V5	Plano de trabalho definido em assembleia geral/ reunião do coletivo de sócios/as	41,9%	55,8%	39,4%	42,3%	37,2%	52,5%	47,2%	62,3%	42,6%	55%
		925	1128	3744	3401	987	1641	1847	2010	1526	1810

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do banco de dados do Sies/Senaes.

A dimensão Valor Econômico foi analisada por duas variáveis e nove indicadores (Quadro 4). Em relação à primeira variável, percebeu-se uma diminuição percentual na venda direta ao consumidor final (média equivalente a -22,5%) com maior declínio na Região Sudeste (-32,4%). Em relação à venda e troca com outros Empreendimentos Econômicos Solidários, houve pequenas variações percentuais na maioria das regiões brasileiras, com médias percentuais iguais a 0,4% e -2,2%, respectivamente. Em relação à venda, a Região Sudeste e a Região Norte foram as únicas que obtiveram variações positivas, com resultado igual a 6,1% e 0,9%, respectivamente.

Sobre a troca com outros Empreendimentos Econômicos Solidários, entretanto, somente a Região Sudeste possuiu variação positiva com resultado igual a 0,1%. Além disso, houve uma diminuição de Empreendimentos Econômicos Solidários que atuam no mercado/comércio nacional e que possuem lojas ou espaços próprios em todas as regiões, com exceção da Região Norte, que foi a única que permaneceu com praticamente o mesmo percentual de atuação no mercado/comércio nacional e o maior percentual com lojas ou espaços próprio em 2013.

Os resultados das demais regiões relativos à quantidade de Empreendimentos Econômicos Solidários que possuem lojas ou espaços próprios, variaram entre -7,5% (Região Sudeste) a -13% (Região Sul), o que pode ser explicado pela realidade socioeconômica brasileira, em que houve uma recessão no número de empresas abertas no período de 2009 a 2013 (IBGE, 2018).

A segunda variável da dimensão Valor Econômico diz respeito aos investimentos realizados, acesso a crédito e remuneração dos sócios. Em primeiro lugar, não existem muitos empreendimentos que fazem reservas para realizar investimento futuros, apesar da evolução entre os anos analisados (Quadro 4). Esse resultado mostra um aumento na preocupação dos empreendedores em se preparem para competir no mercado e um certo planejamento para o futuro da organização. No último ano, contudo, a maioria dos empreendimentos não realizaram nenhum investimento tampouco tiveram acesso a crédito ou financiamento. Tal retrocesso foi presente em todas as regiões, sendo a Região Centro-Oeste a que obteve a maior variação percentual negativa (-8,9% e -7,1%) e a Região Sul a que alcançou a menor variação percentual em relação ao investimento nos últimos 12 meses (-3,4%).

Esse cenário seria alterado caso o crédito ou financiamento fosse concedido às organizações. De acordo com os dados, as regiões Norte, Centro-Oeste e Nordeste tiveram o maior percentual de empreendimentos solicitantes de créditos ou financiamentos sem sucesso no ano de 2013, com resultado igual a 17,4%, 15,7% e 14,2%, respectivamente. Sabe-se que o acesso a crédito e financiamento foi mais obtido por empreendedores que estão em regiões de maior desenvolvimento econômico. Considerando que o financiamento apropriado resulta em um crescimento sustentável (EID JÚNIOR, 2017), seria preferível alocar recursos para regiões brasileiras que ainda estão em desenvolvimento.

Por fim, o resultado do último indicador da dimensão mostra que em toda as regiões brasileiras a quantidade de Empreendimentos Econômicos Solidários que estavam conseguindo remunerar os sócios que trabalhavam no empreendimento vem diminuindo drasticamente, com maior destaque para a Região Sudeste (-32,7%). Isto demonstra uma perda de rentabilidade no setor, o que compromete a qualidade de vida do empreendedor, posto que esta foi uma opção para o desemprego, conforme apontaram os indicadores da primeira dimensão analisada (Quadro 1).

Quadro 4 – Dimensão Valor Econômico

DIMENSÃO VALOR ECONÔMICO											
Var.	Indicadores	Centro-Oeste		Nordeste		Norte		Sudeste		Sul	
		2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013
V6	Venda direta ao consumidor	68,6%	48,6%	65,9%	40,3%	74,8%	63,2%	78,6%	46,1%	68,5%	45,7%
		1.517	982	6.260	3.239	1.987	1.975	3.073	1.489	2.455	1.504
	Venda a outros EES	5,7%	4,2%	3,2%	2,2%	5,3%	6,2%	4,2%	10,3%	8,2%	5,7%
		127	85	305	179	141	194	164	332	294	186
	Troca com outros EES	5,7%	1,7%	2,1%	0,8%	4,8%	2,9%	4,7%	4,8%	6,4%	2,2%
	125	34	198	67	127	91	182	155	229	74	
	Mercado/comércio nacional	6,7%	3,2%	6,1%	3,2%	5,9%	5,4%	7,3%	4,8%	8,6%	5,2%
		147	64	575	260	158	168	284	155	309	170
	Lojas ou espaços próprios	21,8%	13,7%	19,1%	9,9%	25,6%	25,5%	31%	23,5%	30,5%	17,5%
		481	277	1812	798	679	798	12111	760	1093	575

V7	Fundo/reserva para realizar investimento	11,4%	14,3%	14,9%	21,1%	17,1%	21,6%	11,4%	17,1%	18,8%	29,8%
		253	290	1419	1694	454	676	447	553	673	981
	Realizados investimentos nos últimos 12 meses	34,2%	25,3%	35,4%	28,1%	40,6%	31,9%	44,1%	37,7%	45,1%	41,7%
		755	511	3.367	2.260	1.079	998	1.724	1.217	1.616	1.373
V7	Teve acesso a crédito ou financiamento nos últimos 12 meses	13,1%	5,9%	18,2%	12,9%	17,6%	13,0%	9,6%	6,6%	16,7%	12,5%
		289	120	1.727	1.036	467	408	376	212	599	413
V7	Está conseguindo remunerar os sócios que trabalham no empreendimento	56,2%	43,1%	49,1%	33,8%	50,4%	43,2%	72,1%	39,4%	60,2%	40,2%
		1.242	872	4.660	2.716	1.339	1.351	2.821	1.272	2.158	1.323

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do banco de dados do Sies/Senaes.

O conceito de Empreendedorismo Social está intimamente relacionado a satisfazer as necessidades básicas da sociedade, portanto, criar valor social (COLEY, 2015). Dessa forma, a participação ou o desenvolvimento de alguma ação social ou comunitária e a relação ou participação de movimentos sociais, populares ou sindicais podem ser vistos como caminhos para se alcançar tais objetivos. Com o intuito de analisar a dimensão Valor social, foram selecionados uma variável e dois indicadores que estão mencionados na Quadro 5. O primeiro indicador da dimensão relaciona-se com a participação em ações sociais ou comunitárias e percebeu-se um declínio em todas as regiões, principalmente na Região Sul (-16,7%) e Região Centro-Oeste (-15,5%). Este resultado está alinhado com os achados das dimensões anteriores que indicaram um perfil de empreendedor social com baixa visão de coletividade e baixa participação em redes.

As Regiões Sul e Centro-Oeste, no entanto, tiveram os maiores percentuais de Empreendimentos Econômicos Solidários que pagaram suas despesas e ainda tiveram sobra, com resultado igual a 52,2% e 38%, respectivamente. Além disso, notou-se que as regiões Centro-Oeste, Sudeste e Nordeste tiveram um pequeno aumento percentual entre os anos analisados, sendo a última a possuidora da maior quantidade de empreendimentos que possuem relação ou participam de movimentos sociais, populares ou sindicais. Talvez, tal resultado relacione-se com a motivação da criação dos empreendimentos, uma vez que a região foi a que possuiu o maior percentual de Empreendimentos Econômicos Solidários com motivação para a criação, focado no desenvolvimento comunitário de capacidades e potencialidades.

Quadro 5 – Dimensão Valor Social

DIMENSÃO VALOR SOCIAL											
Var.	Indicadores	Centro-Oeste		Nordeste		Norte		Sudeste		Sul	
		2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013
V8	Participa ou desenvolve alguma ação social ou comunitária	56,5%	41%	57,7%	48,5%	57,3%	46,7%	55,2%	49,7%	56,3%	39,6%
		1.248	829	5.478	3.897	1.521	1.459	2.160	1.603	2.016	1.303
V8	Relação ou participa de movimentos sociais, populares ou sindicais	52,4%	57%	64,3%	66,8%	60,0%	59,7%	46,1%	49,5%	54,4%	41,3%
		1.158	1.159	6.110	5.371	1.594	1.868	1.802	1.598	1.949	1.361

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do banco de dados do Sies/Senaes.

Por fim, a dimensão Desenvolvimento Sustentável, conforme indicado por Sousa, Gandolfi e Gandolfi. (2011), foca nas questões ambientais e foi analisada por meio de duas variáveis e quatro indicadores (Quadro 6). Na primeira variável percebeu-se uma diminuição percentual generalizada em seus dois indicadores. Além do mais, o percentual de Empreendimentos Econômicos Solidários que fazem algum tipo de tratamento dos resíduos gerados antes de eliminar, obteve a menor média de todas as dimensões analisadas no presente trabalho. Na segunda variável – produção ou oferta de produtos orgânicos ou livres de agrotóxicos – também ocorreu uma queda no resultado percentual, com destaque para a Região Norte e Nordeste. Além disso, houve um aumento do percentual de empreendimentos que optam por preços dos produtos e/ou serviços que facilitem o acesso aos(as) consumidores(as) que já possuíam percentuais elevados (variando entre 31,1% a 57,6%), com destaque para a Região Norte, onde houve a maior evolução. Estes achados são preocupantes, posto que espera-se uma relação direta entre o Empreendedorismo Social e a sustentabilidade baseados no *triple bottom line* para o desenvolvimento sustentável (YOUSSEF; BOUBAKER; OMRI, 2018).

Quadro 6 – Dimensão Desenvolvimento Sustentável

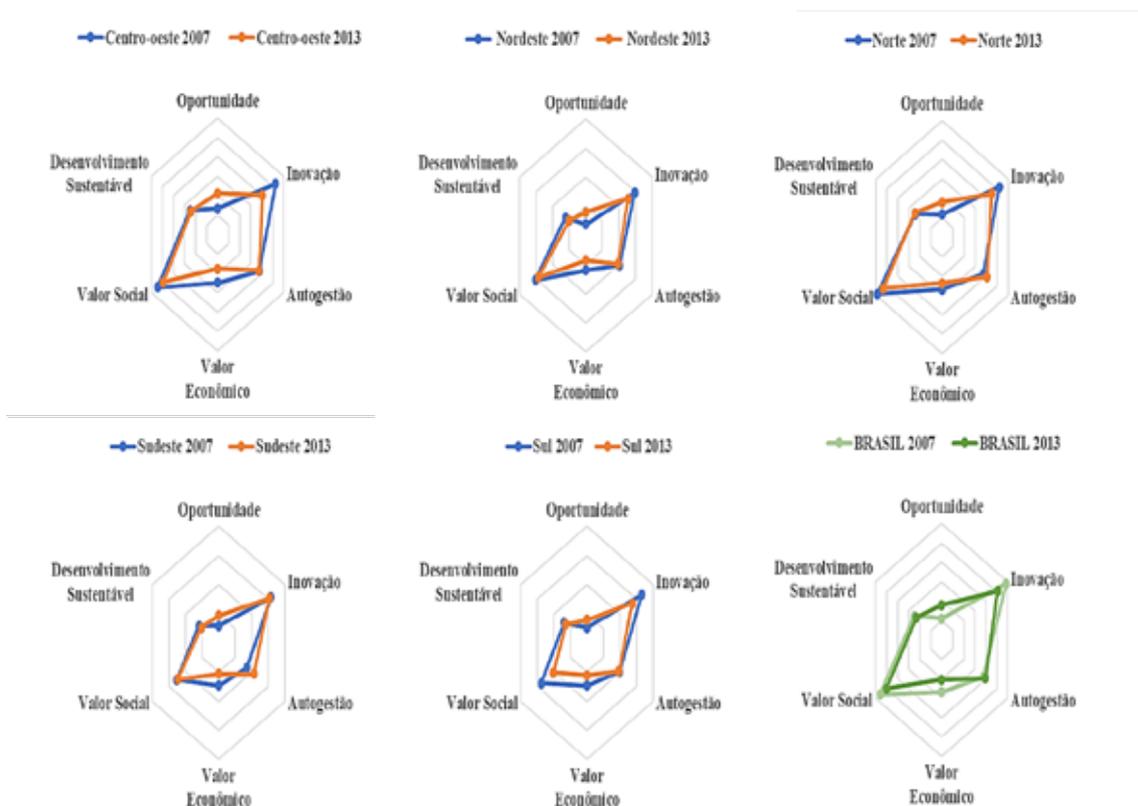
DIMENSÃO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL											
Var.	Indicadores	Centro-Oeste		Nordeste		Norte		Sudeste		Sul	
		2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013
V9	Faz algum tipo de tratamento dos resíduos gerados antes de eliminar	1,7%	0,5%	2,9%	0,6%	1,8%	1,2%	1,2%	1,6%	6,2%	2,0%
		37	10	279	48	47	38	48	51	223	66
V9	Reaproveitamento dos resíduos no empreendimento	31,0%	21,3%	33,8%	26,4%	25,7%	22,2%	34,9%	26,5%	32,9%	27,9%
		685	431	3.207	2.125	683	695	1.366	857	1.180	918
V10	Produção ou oferta de produtos orgânicos ou livres de agrotóxicos	26,3%	17,5%	30,4%	16,1%	32,1%	17,5%	19,4%	8,3%	29,6%	21,2%
		581	354	2.892	1.297	853	548	758	268	1.060	698
V10	Preços dos produtos e/ou serviços facilita o acesso	40,7%	56,8%	31,1%	38,6%	36,6%	57,6%	39,7%	47,8%	42,5%	51,0%
		900	1.147	2.958	3.105	971	1.801	1.553	1.544	1.522	1.680

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do banco de dados do Sies/Senaes.

Por fim, a Figura 3 apresenta a situação geral brasileira e sua evolução entre 2007 e 2013, em que as dimensões Valor social e Inovação são as que possuem maiores médias percentuais, porém ambas tiveram uma redução percentual entre os anos analisados. Em contrapartida, a dimensão Oportunidade foi a que obteve a menor média percentual tanto em 2007 (11,1%) quanto em 2013 (18,1%), mas percebe-se que tal dimensão possuiu a maior evolução entre os anos analisados (7%).

Ademais, observa-se que entre 2007 e 2013 o cenário brasileiro de Empreendedorismo Social nos Empreendimentos Econômicos Solidários sofreu uma retração em quase todas as dimensões analisadas, dado que a média de todas as dimensões no ano de 2007 e 2013 foram 35,9% e 33,6%, respectivamente (Figura 4). Além do mais, das seis dimensões, somente Oportunidade e Autogestão obtiveram uma evolução, enquanto as demais tiveram uma variação percentual entre -1,95% (Desenvolvimento Sustentável) e -7,9% (Inovação).

Figura 4 – Radar Brasileiro do EES



Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do banco de dados do Sies/Senaes.

Por fim, pode-se averiguar semelhanças nos gráficos relativos a cada região brasileira (Figura 3), quando os Empreendimentos Econômicos Solidários se comportaram relativamente homogêneos entre os anos analisados nas diferentes regiões brasileiras.

CONCLUSÕES

A análise gerou uma radiografia do Empreendedorismo Social brasileiro por região nos Empreendimentos Econômicos Solidários, posto que objetivava analisar as dimensões relacionadas ao empreendedorismo social ante aos diferentes contextos econômico-sociais do país. Esta análise foi baseada na proposta de Sousa, Gandolfi e Gandolfi (2011), que consideraram variáveis relacionadas a oportunidades, inovação, autogestão, valor econômico, valor social e desenvolvimento sustentável.

Das seis dimensões, somente duas apresentaram crescimento – Autogestão e Oportunidades –, enquanto quatro tiveram retração neste período de cinco anos: Inovação, com o pior *score* (-7,9%), Valor econômico, Valor social e Desenvolvimento sustentável. Vale destacar que o Valor social também apresentou *score* negativo (-6%), sendo isto uma discrepância, posto que esta categoria é a pedra angular desta modalidade de empreendedorismo social (COLEY, 2015; SOUSA; GANDOLFI; GANDOLFI, 2011).

O modelo final, portanto, fica composto por duas grandes categorias: a primeira refere-se à ação de empreender, incluindo as dimensões: Oportunidades, Inovação e Autogestão; e a se-

gunda relaciona-se aos benefícios para a sociedade e para o empreendedor, composta por Valor Econômico, Valor Social e Valor Ambiental, refletindo o *triple bottom line*.

Em sequência, este resultado negativo relaciona-se nas quatro dimensões, dado que a inovação é o ponto-chave para que o empreendimento sobreviva e institua novas ideias para abordar problemas sociais existentes (BERGAMINI; NAVARRO; HILLIARD, 2017; DWIVEDI; WEERAWARDENA, 2018). Como salientam De Oliveira, Correia e Gomez (2018), a inovação social transforma estruturas, provocando mudanças em benefício da comunidade pela satisfação de suas necessidades, portanto o valor social, o valor econômico e o desenvolvimento sustentável ficam atrelados à inovação.

A criação de valor social representa, em última instância, a satisfação de uma necessidade da sociedade (MURALIDHARAN; PATHAK, 2018). Quando juntamos isto à concepção de valor econômico, busca-se a criação de negócios sociais que remunerem seus empreendedores (SOUSA; GANDOLFI; GANDOLFI, 2011). Os resultados mostraram, todavia, retração em ambos no período analisado, indicando uma incapacidade no país de gerar e manter negócios híbridos.

Uma das dimensões que apresentou melhoria, contudo, foi a Oportunidades. Dessa forma, faltam condições para gerar e manter os empreendimentos sociais, mas existe um nicho de mercado para seu desenvolvimento. A outra dimensão com leves melhoras foi a Autogestão, que está mais relacionada nos estudos com a economia solidária e foca na ruptura com o modelo tradicional de trabalho (COLEY, 2015). O resultado desta análise no cenário brasileiro indicou que as relações coletivistas de trabalho estão ganhando espaço, protagonizadas por este modelo produtivo baseado no Empreendedorismo Social.

No geral, o maior problema em todas as regiões é a falta de acesso a financiamentos, a falta de tratamento dos resíduos gerados e a falta de parcerias de troca, compra e venda estabelecidas entre os próprios Empreendimentos Econômicos Solidários. Ainda, portanto, que tenham razoável acesso à capacitação, estão deixando de fortalecer o sistema e são pouco sustentáveis, com baixa preocupação ambiental.

Diante do exposto, pode-se considerar que a perspectiva do valor social prevalece sob a expectativa norteada para o valor econômico e o desenvolvimento sustentável nos Empreendimentos Econômicos Solidários, dado que o equilíbrio proposto pelo *triple bottom line* (ARASTI; ZAREI; DIDEHVA, 2015), não se concretiza. Além disso, tais empreendimentos possuem características inerentes à escola dos países em desenvolvimento (MACHADO; LENZI; VERDU, 2017), percebidas pela tendência de os empreendedores iniciarem suas atividades motivados pelo desenvolvimento comunitário de capacidades e potencialidades e pela alternativa ao desemprego.

Os números mostraram, contudo, que houve uma redução na maioria dos indicadores analisados, retratando uma preocupação com esse tipo de empreendimento. Em uma sociedade respaldada em negócios sociais, haveria mais equidade entre as pessoas, economias mais justas e menos injustiças sociais. Desse modo, problemas difíceis de solucionar poderiam ser resolvidos por meio de mudanças na mentalidade dos gestores e empreendedores e os seus respectivos modelos de negócios (SINGH; INBANATHAN, 2018), como também devido às dificuldades de financiamento e políticas de fomento à inovação. Com isso, melhor seria que esses empreendimentos fossem fortalecidos com o passar dos anos e não o contrário, como os resultados desta pesquisa mostram que está ocorrendo no Brasil.

Esta pesquisa teve como principal limitação a falta de dados atualizados sobre os Empreendimentos Econômicos Solidários, observada pela inexistência de estatísticas nacionais e regionais, que é um problema em muitos países, e torna-se ainda mais expressivo no Brasil, por sua extensão territorial, dificultando a realização de pesquisas de campo na tentativa de suprir este déficit de informações. Diante disto, como pesquisa futura, sugere-se trabalhar com um processo de amostragem, de modo que permita inferir resultados sobre o universo pesquisado, atualizando a análise até o presente. Isso possibilitaria o monitoramento da evolução dos indicadores a fim de identificar os principais problemas no contexto do Empreendedorismo Social, gerando subsídios para o estabelecimento de planos governamentais, visando o fortalecimento do setor.

Por fim, ainda que os dados não tenham a atualização até o presente momento, este estudo acadêmico permitiu identificar pontos em que as universidades, enquanto centros de empreendedorismo, devem atuar para a minimização das deficiências apontadas no perfil dos Empreendimentos Econômicos Solidários e para a consolidação deste sistema produtivo, de forma a contribuir com o desenvolvimento sustentável das regiões em que estão inseridas.

AGRADECIMENTO

Agradecemos ao Ministério da Cidadania, representado pelo diretor de inclusão produtiva da Secretaria Nacional de Inclusão Produtiva Urbana (Senisp), pelo envio do CD com os dados referentes à Base de dados Sies 2013 e 2007.

REFERÊNCIAS

- ARASTI, Z.; ZAREI, H.; DIDEHVAR, F. Identifying the Evaluative Indicators of Regulatory Policies for the Development of Social Entrepreneurship. *Public Organization Review*, v. 15, n. 3, 2015.
- ASHOKA. *What is a social Entrepreneur?* 2018. Disponível em: https://www.ashoka.org/social_entrepreneur. Acesso em: 4 out. 2018.
- BENAVIDES, L. E. B. *et al.* La precarización salarial en la actividad agrícola y su incidencia en la política de economía popular y solidaria en el Ecuador. *Economía*, v. 41, n. 81, 2018.
- BERGAMINI, T. P.; NAVARRO, C. L. C.; HILLIARD, I. Is crowdfunding an appropriate financial model for social entrepreneurship? *Academy of Entrepreneurship Journal*, v. 23, n. 1, 2017.
- CASAQUI, V.; SINATO, A. Empreendedorismo social em perspectiva global: bem comum, trabalho e engajamento na retórica do capitalismo contemporâneo. *Eptic On-line: Revista Electronica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, v. 17, n. 1, 2015.
- CHANDRA, Y. Mapping the evolution of entrepreneurship as a field of research (1990-2013): A scientometric analysis. *PLoS ONE*, v. 13, n. 1, 2018.
- COLEY, V. M. Aprendizagem organizacional e empreendedorismo social na atual configuração do mundo do trabalho. *Revista Guillermo de Ockham*, v. 13, n. 1, p. 67, 2015.
- CORREIA, S. É. N.; DE OLIVEIRA, V. M.; GOMEZ, C. R. P. Dimensions of social innovation and the roles of organizational actor: the proposition of a framework. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, v. 17, n. 6, 2016.
- DAVIDSSON, P. Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of business venturing*, v. 30, n. 5, p. 674-695, 2015. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.002>.
- DE LIMA, C. R. M.; MAIA, M. R.; DE MENEZES, V. S. Fábricas recuperadas: uma abordagem discursiva e pragmática da autogestão. *Eptic On-line: Revista Electronica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, v. 17, n. 1, p. 142-160, 2015.

- DE OLIVEIRA, V. M.; CORREIA, S. E. N.; GOMEZ, C. R. P. Inovações sociais como meio de promoção do consumo sustentável: possibilidades e desafios. *Desenvolvimento em Questão*, v. 16, n. 44, 2018.
- DEES, J. G. *The meaning of social entrepreneurship*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1998.
- DIEESE. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. *O que é a economia solidária?* 2016. Disponível em: <https://ecosol.dieese.org.br/o-que-e-a-economia-solidaria.php>. Acesso em: 24 maio 2019.
- DWIVEDI, A.; WEERAWARDENA, J. Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct. *Journal of Business Research*, v. 86, 2018.
- EID JÚNIOR, W. *A importância dos fundos de investimento no financiamento do governo*. São Paulo: FGV EAESP – GVCEF, 2017. (Série investimentos em foco). Disponível em: <http://hdl.handle.net/10438/18931>
- FARIA, J. H. de. Autogestão, economia solidária e organização coletivista de produção associada: em direção ao rigor conceitual. *Cadernos EBAPE.BR*, v. 15, n. 3, 2017.
- FÉLIX GONZÁLEZ, M.; HUSTED, B. W.; AIGNER, D. J. Opportunity discovery and creation in social entrepreneurship: An exploratory study in Mexico. *Journal of Business Research*, v. 81, 2017.
- FERREIRA, M. P. V.; PINTO, C. F.; MIRANDA, R. M. Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais de empreendedorismo. *REAd – Revista Eletrônica de Administração*, Porto Alegre, v. 21, n. 2, 2015.
- GARCÍA, G. F.; FRANTZESKAKI, M. La economía social y solidaria en Grecia. *Revesco – Revista de Estudios Cooperativos*, v. 125, n. 0, 2017.
- GAULEJAC, V. de. *Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social*. Tradução: Ivo Storniolo. São Paulo: Ideias & Letras, 2007.
- GEM. Global Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo*. Curitiba: [s.n.], 2017.
- GONZÁLEZ, M. F. *Opportunity Discovery and Creation in Social Entrepreneurship: An Exploratory Study in Mexico*. Ciudad de México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2013.
- GONZÁLEZ, M. F.; HUSTED, B. W.; AIGNER, D. J. Opportunity discovery and creation in social entrepreneurship: An exploratory study in Mexico. *Journal of Business Research*, v. 81, p. 212-220, 2017. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.10.032>.
- HERRINGTON, M.; KEW, P. South African Report 2015/2016. Is South Africa heading for an economic meltdown. *Cape Town: Development Unit for New Enterprise; University of Cape Town*, 2016.
- HUSSAIN, N.; RIGONI, U.; ORIJ, R. P. Corporate Governance and Sustainability Performance: Analysis of Triple Bottom Line Performance. *Journal of Business Ethics*, v. 149, n. 2, 2018.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Demografia das empresas e empreendedorismo 2016*. 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/22710-demografia-das-empresas-e-empreendedorismo-2016-taxa-de-entrada-fica-em-14-5-e-e-a-menor-desde-2008>. Acesso em: 20 maio 2019.
- KANNAMPUZHA, M.; HOCKERTS, K. Organizational social entrepreneurship: Scale development and validation. *Social enterprise journal*, v. 15, n. 3, p. 290-319, 2019. <https://doi.org/10.1108/SEJ-06-2018-0047>.
- KIRZNER, I. M. The alert and creative entrepreneur: A clarification. *Small Business Economics*, v. 32, n. 2, p. 145-152, 2009. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9153-7>.
- KOSTETSKA, I.; BEREZYAK, I. Social entrepreneurship as an innovative solution mechanism of social problems of society. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, v. 36, n. 3, 2014.
- MACHADO, M. C. R.; LENZI, F. C.; VERDU, C. P. Empreendedorismo social: fronteiras teóricas das escolas. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO – SEMEAD, 20., 2017. *Anais [...]*. PPGA/FEA/USP – Semead, São Paulo, 2017.
- MACHÍN, O. L.; ALEMÁN, J. A.; RODRÍGUEZ, C. R. Enfoques sobre la economía social y solidaria. *Cooperativismo y Desarrollo: COODES*, v. 5, n. 2, 2017.
- MACKE, Janaina et al. Where do we go from now? Research framework for social entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, v. 183, p. 677-685, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.017>.
- MARTIN, R. L.; OSBERG, S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*, 2007.
- MOLINA, J. L. et al. “The Cowl Does Make The Monk”: Understanding the Emergence of Social Entrepreneurship in Times of Downturn. *Voluntas*, v. 29, n. 4, 2018.

- MURALIDHARAN, E.; PATHAK, S. Sustainability, transformational leadership, and social entrepreneurship. *Sustainability (Switzerland)*, v. 10, n. 2, 2018.
- NGA, J. K. H.; SHAMUGANATHAN, G. The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of business ethics*, p. 259-282, 2010. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0358-8>
- NIELSEN, S. L.; LASSEN, A. H. Images of entrepreneurship: towards a new categorization of entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 8, n. 1, p. 35-53, 2012.
- OLINSSON, S. B. Social Entrepreneurship-Committing Theory to Practice. *Journal of Social Entrepreneurship*, v. 8, n. 2, 2017.
- PARENTE, C. et al. Empreendedorismo social: dos conceitos às escolas de fundamentação. As configurações de um conceito em construção. *Work in Progress in Empreendedorismo social em Portugal: as políticas, organizações e as práticas de educação/formação*, 2013.
- PERSAUD, A.; BAYON, M. C. A review and analysis of the thematic structure of social entrepreneurship research: 1990-2018. *International Review of Entrepreneurship*, v. 17, n. 4, p. 495-528, 2019.
- PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Creating shared value. In: *Managing sustainable business*. Springer, Dordrecht, 2019. p. 323-346. https://doi.org/10.1007/978-94-024-1144-7_16.
- PRODANOV, C. C.; DE FREITAS, E. C. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed. [S.l.]: Editora Feevale, 2013.
- RUYSSCHER, Clara de et al. A systems approach to social entrepreneurship. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, v. 28, n. 6, p. 2530-2545, 2017. <https://doi.org/10.1007/s11266-016-9704-5>.
- SAGUIER, M.; BRENT, Z. Social and Solidarity Economy in South American regional governance. *Global Social Policy*, v. 17, n. 3, 2017.
- SANTOS, F. M. A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, v. 111, n. 3, 2012.
- SASSMANNSHAUSEN, S. P.; VOLKMANN, C. A Bibliometric Based Review on Social Entrepreneurship and its Establishment as a Field of Research. *Schumpeter Discussion Papers*, p. 31, 2013.
- SASSMANNSHAUSEN, S. P.; VOLKMANN, C. The scientometrics of social entrepreneurship and its establishment as an academic field. *Journal of Small Business Management*, v. 56, n. 2, p. 251-273, 2018. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12254>.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, v. 25, n. 1, 2000.
- SCHUMPETER, J. A. *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: Routledge, 1942.
- SINGH, N.; INBANATHAN, A. *Social Entrepreneurship: A Business Model for Sustainable Development*. [S.l.]: Institute for Social and Economic Change, 2018.
- SMITH, W. K.; GONIN, M.; BESHAROV, M. L. Managing social-business tensions: A review and research agenda for social enterprise. *Business Ethics Quarterly*, v. 23, n. 3, p. 407-442, 2013. <https://doi.org/10.5840/beq201323327>.
- SOUSA, E. G. de; GANDOLFI, P. E.; GANDOLFI, M. C. Empreendedorismo social no Brasil: um fenômeno de inovação e desenvolvimento local. *Dimensión Empresarial*, v. 9, n. 2, 2011.
- TAVARES, L. F.; RODRIGUES, M. S. O Sebrae e o fortalecimento do discurso do empreendedorismo no Brasil: uma análise a partir do relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Sinergia: Revista do Instituto de Ciências Econômicas*, v. 19, n. 1, 2015.
- VIDOVIC, C. V. Q. Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía: teoría y práctica*, n. 52, p. 69-97, 2020.
- WEAVER, R. L. Re-conceptualizing social value: applying the capability approach in social enterprise research. *Journal of Social Entrepreneurship*, v. 9, n. 2, p. 79-93, 2018. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1430607>
- YOUSSEF, A. BEN; BOUBAKER, S.; OMRI, A. Entrepreneurship and sustainability: The need for innovative and institutional solutions. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 129, 2018.
- ZAHRA, S. A.; WRIGHT, M. Understanding the Social Role of Entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 2016.
- ZAHRA, S. A. et al. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of business venturing*, v. 24, n. 5, p. 519-532, 2009. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>.