

3. Ciências Políticas e Sociais

A formação do espaço das Empresas Sociais brasileiras: a Artemisia e seus empreendedores

Lourenço, Bruna; Donadone, Julio (Professor orientador)

bscanavachi@gmail.com; julio@dep.ufscar.br;

Universidade Federal de São Carlos

Resumo

O termo Empreendedorismo Social se refere às organizações que combinam a desenvoltura do empreendedorismo tradicional com a missão de transformar a sociedade. Integrando valor econômico e impacto social, a empresa social busca soluções para problemas socioambientais por meio de ferramentas do mercado. Esta nova relação entre empresário e sociedade supõe a formação de um novo espaço social e este trabalho busca contribuir para o entendimento do conceito de empresas sociais aplicado no Brasil investigando o que está em disputa nesse espaço, suas estruturas, princípios de construção e mecanismos de reprodução. Com inspiração no conceito de espaço social de Bourdieu, o portfolio da aceleradora Artemisia foi objeto de análise a partir de dados públicos das organizações, da Receita Federal e do *LinkedIn*. Indo de encontro ao programa da Nova Sociologia Econômica que investiga as influências da estrutura social sobre o comportamento dos mercados, o capital econômico e cultural dos atores foi relacionado com seu posicionamento no espaço. A aceleradora estrutura as empresas sociais e concorre com as demais organizações do espaço para legitimar o seu modelo organizacional. A lógica empresarial é predominante e os atores possuem capitais similares, indicando certa exigência do espaço principalmente quanto ao capital econômico, característica que pode ser observada ao mesmo tempo como consequência e condição do modelo de negócio brasileiro. A mobilização do argumento pautado no bem comum apresenta soluções sociais enquanto não questiona a autonomia da lógica econômica, possibilitando observar a empresa social brasileira como um artefato da dinâmica de enfrentamento das dificuldades ideológicas do capitalismo.

Palavras chave: Empresa Social, Sociologia Econômica, Artemisia, Impacto Social.

Introdução

Na busca por impactos sociais, a interação entre governo, empresas, organizações não governamentais, cooperativas e mercado informal está cada vez mais consolidada (Prahalad, 2006). Surge então um novo modelo organizacional que permeia as esferas do mundo social e do mundo dos negócios em busca de soluções para problemas da sociedade: a Empresa Social. Dentre as principais perspectivas a respeito do tema, argumenta-se que a Empresa Social é um novo modelo de negócio que não se encaixa na categoria de organizações tradicionais que visam única e exclusivamente à maximização dos lucros, assim como também não se trata de uma organização sem fins lucrativos (Yunus, 2010).

O novo modelo ainda não tem suas fronteiras bem delimitadas, principalmente quando se aproxima de termos igualmente recentes como Negócio Inclusivo, Setor 2.5, Empresa B e Empresa Híbrida, todos relacionados a organizações que envolvem lucro ao mesmo tempo em que carregam algum grau de preocupação socioambiental em seu objetivo central. Um novo formato de negócios que não tem como objetivo final a maximização dos lucros, mas que ao mesmo tempo não exclui a existência dos mesmos em seu mecanismo pode ser visto como uma

inovação no campo das organizações, já que soluções para problemas sociais e lucros eram até então pontos concorrentes, como uma verdadeira bifurcação que separava os modelos de negócio de empresas privadas das ações sociais, e a junção destes dois objetivos cria uma nova perspectiva organizacional. As fronteiras entre o mercado e o impacto social tendem a ser diluídas ao passo que empresas do mercado tradicional estão se aproximando de empreendimentos com objetivos sociais. O termo empreendedorismo social se refere às organizações que atendem às necessidades humanas básicas através de modelos de negócios que combinam a desenvoltura do empreendedorismo tradicional com a missão de transformar a sociedade (Seelos & Mair, 2005). Considerado muitas vezes como uma alternativa aos ineficientes esforços governamentais e filantrópicos (Gregory, 1998) para uma sociedade mais justa, o empreendedorismo social integra criação de valor econômico ao valor social (Mair & Marti, 2006) e assim, entre as fronteiras do mercado e da sociedade, nasce a Empresa Social e sua busca pela maximização de impactos sociais através de ferramentas de mercado (Defourny & Nyssens, 2010; Yunus, 2010).

Nesse contexto, a ideia de uma sociedade dividida entre setores com seus interesses

e mecanismos específicos é desafiada, mostrando a evolução das categorias sociais, considerando que até recentemente, a ideia de organizações "não lucrativas" versus organizações "lucrativas", do "público" versus "privado", norteava a discussão sobre os setores Público, Privado e o então recém-criado Terceiro Setor, estabelecendo fronteiras e categorizando a sociedade conforme os agentes e os fins de suas organizações. A produção literária a cerca da Empresa Social é recente e em se tratando de uma nova categoria de negócios, o modelo e todas as suas potencialidades ainda não foram cobertos por grande parte da pesquisa científica no campo das organizações, o que vem encorajando pesquisadores de diversas linhas de pesquisa a observar essa inovação através de diferentes óticas do conhecimento.

Ao se aplicar estratégias empresariais na busca de soluções para problemas sociais, o mercado é ampliado e recebe novas classes de consumidores, colaboradores e empreendedores, sugerindo uma nova relação entre o empresário e a sociedade, e tornando imperativo saber quem são esses atores e como se distribuem na composição do novo espaço. A hipótese de um novo espaço social supõe uma rede de vínculos sociais e econômicos que dão ao grupo sua unidade, demandando uma

investigação dessa estrutura. Entender como o espaço social é formado, quem são e como estão posicionados os agentes em relação ao sistema econômico é o ponto de partida do esforço para se entender o novo modelo organizacional.

Para analisar a noção de Empresa Social aplicada no Brasil, se escolheu uma organização caracterizada como Empresa Social ao mesmo tempo em que tem conexões suficientes para contextualizar sua posição no espaço. A organização escolhida foi a Artemisia, uma organização especializada em negócios de impacto social que se define como uma aceleradora de negócios e que no último ano articulou mais de 15 milhões de reais em investimentos para seus empreendedores. A organização e seus clientes formam o objeto central de análise deste trabalho enquanto considerados amostra significativa dos atores presentes na formação do espaço social. A partir deste estudo de caso, espera-se que o estudo prossiga para a construção do espaço social como um todo.

Pioneira no fomento de negócios de impacto social no Brasil há mais de uma década, a Artemisia tornou-se uma importante referência no espaço e define sua missão em inspirar, capacitar e potencializar talentos e empreendedores para a geração de negócios de impacto

social. Fundada em 2004, com atuação em 24 estados brasileiros, é uma associação civil, sem fins econômicos e sem fins lucrativos, com sede na cidade de São Paulo. Seu quadro social é constituído por fundadores e efetivos. São considerados membros efetivos aqueles que demonstraram interesse em contribuir efetivamente para a promoção e participação das atividades da Associação, seja por meio de serviços ou recursos financeiros. Iniciando seu programa de aceleração de negócios sociais em 2010, a organização afirma buscar empreendedores com o propósito de gerar impacto social, e oferecer-lhes suporte na busca de soluções para a consolidação de seus modelos. A associação tem por objetivo social “inspirar, desenvolver e articular pessoas e instituições para construir uma nova geração de negócios sociais cujos produtos e serviços contribuam para a redução da pobreza e o desenvolvimento social e sustentável” (Artemisia, 2017).

O programa de aceleração tem duração de 6 meses e oferece serviços a empresas que apresentem impacto social em seus resultados além de conectá-las a possíveis investidores. Quatro módulos são implementados como parte do programa: Modelo de negócio; Impacto Social; Marketing & Vendas; e Acesso a investimento. As inscrições são realizadas online e os interessados devem preencher

um formulário com informações pessoais, da organização e os estágios em que o negócio se encontra. O investimento para a participação no processo de aceleração da turma de 2017 foi de R\$15.000,00. Todo ano uma turma é acelerada e tem entre 12 e 15 empresas participantes. A aceleradora destaca que não cobra participação acionária das empresas aceleradas e subsidia os custos do programa de aceleração, sendo o valor de investimento uma taxa de comprometimento dos empreendedores. Após inscrição, os interessados são escolhidos de acordo com 4 critérios de seleção: impacto social, empreendedores, potencial de escala e estágio de maturidade. Os negócios devem obrigatoriamente: oferecer produtos e serviços para a população de baixa renda, preferencialmente nas áreas de saúde, educação, habitação e serviços financeiros; ser lucrativos e escaláveis, com potencial de atender milhares de pessoas das classes CDE; estar nas fases desde testes de protótipo/produto no mercado até startups com produtos lançados buscando rápido crescimento. Além do histórico do empresário, a aceleradora afirma buscar por empreendedores que “tenham intenção genuína de mudar o Brasil para melhor”.

Objetivos

A ideia de que os universos sociais são construídos por estruturas mais profundas, muitas vezes até invisíveis a primeira vista, faz da pesquisa um trabalho instigante e desafiador, e ao contrário da passividade empirista que reforça o senso comum, a construção de um objeto de pesquisa exige uma postura ativa e sistemática que cria um sistema coerente de relações (Bourdieu, 1989). A Empresa Social supõe uma nova dinâmica entre o empresário e a sociedade, tornando imperativo saber quem são esses atores e como se distribuem na composição do novo espaço em formação.

Por acreditar que falte sentido às explicações de uma transformação econômica através somente de análises econômicas, sem considerar a complexa integração entre os fenômenos ditos sociais e econômicos, este trabalho busca contribuir para a investigação da Empresa Social brasileira através de uma perspectiva sociológica, partindo da premissa de que esse novo modelo organizacional surgiu da interação de atores vindos de espaços diversos, que influenciam e foram influenciados pelas estruturas sociais do seu espaço de origem. Se a lógica da transformação das práticas toma formas diferentes segundo as situações econômicas e sociais nas quais ela se realiza (Bourdieu, 1979), a

análise da estrutura social é um valioso instrumento para a análise das transformações no espaço, se fazendo valer visto que as condições econômicas dos atores estão diretamente ligadas às suas disposições econômicas. Entender como o espaço social é formado, quem são e como estão posicionados os atores em relação ao sistema econômico é o ponto de partida do esforço para se entender o novo modelo organizacional.

Materiais e Métodos

A construção do objeto de pesquisa teve inspiração na noção de espaço social de Bourdieu (1996) ao entender a sociedade como uma representação de espaços sociais, que são conjuntos de posições onde os indivíduos são distribuídos em função de seus capitais - variáveis sociais, econômicas, culturais e políticas que agem como princípios de diferenciação em cada universo social. Com essa lente teórica, se entendeu que ao transformar o modelo de negócio, a proposta da Empresa Social também altera, ou desafia, ao menos em teoria, a lógica de mercado do mundo econômico onde está inserida.

A interação de mundos e lógicas tão diferentes desafia o racionalismo econômico ao tentar integrar a perspectiva social e a busca pela maximização dos lucros, trazendo a hipótese de que um novo espaço social está se formando na

gênese destas transformações. Partindo do princípio de que a estrutura social cria espaços de poder e que a posição dos atores nessa estrutura é diretamente relacionada com a distribuição dos diferentes tipos de capital (Bourdieu, 1996), o primeiro passo da análise foi a identificação dos atores, e posteriormente, a investigação de seus capitais cultural e econômico. Os atores foram identificados por meio da estrutura organizacional da Artemisia, onde, para cada indivíduo, o capital cultural foi analisado através da trajetória acadêmica, e também pela estrutura organizacional dos clientes Artemisia, onde o capital econômico dos atores foi identificado pela trajetória profissional e pelas empresas de sua propriedade.

A lógica relacionada aos impactos sociais, espaço que tradicionalmente esteve ligado a instituições religiosas e filantrópicas, movimentos sociais, órgãos do Estado, organizações sem fins lucrativos, enfim, espaço que tem em sua gênese ações voltadas para os interesses coletivos, será aqui apresentada como lógica de impacto – a palavra impacto foi escolhida porque além de se diferenciar do social, que já aparece nos termos espaço social e negócio social, é uma palavra largamente utilizada entre os agentes do espaço, fazendo referência ao objetivo das empresas que buscam impacto social. Em contra partida, o universo dos negócios,

das organizações tradicionais do mercado onde a busca por retorno financeiro é a finalidade única, será identificado como lógica tradicional.

Observando o surgimento de um novo modelo de negócio que desafia a ordem das lógicas tradicionais e de impacto, assumiu-se que se trata de um espaço social em formação. Para entender o que é uma aceleradora e qual o seu papel no contexto brasileiro das Empresas Sociais, foram analisados dados secundários provenientes da 1) própria organização, que disponibiliza em seu site informações como portfólio, estrutura organizacional, estatuto social e demonstrações financeiras; de 2) publicações acadêmicas e não acadêmicas, como reportagens de jornais e revistas, e informações públicas de outras organizações; do 3) governo, especificamente da Receita Federal; e do 4) LinkedIn, que é uma rede de profissionais com mais de 500 milhões de usuários em 200 países e territórios, que tem como objetivo conectar profissionais do mundo todo por meio de uma rede social que funciona como um currículo online, onde cada profissional descreve sua trajetória incluindo cargos, empresas, formação acadêmica, interesses, principais características, habilidades e rede de contatos.

Resultados e Discussão

A falta de consenso sobre o conceito da Empresa Social, desde o próprio termo a ser utilizado até o modelo de negócio implementado, evidencia a disputa pela hegemonia do espaço inclusive na esfera acadêmica. A análise da estrutura organizacional da aceleradora mostrou através da análise da trajetória profissional de cada indivíduo que todos são originários do mercado tradicional, onde iniciaram a carreira inseridos na lógica tradicional e depois entraram no espaço da lógica de impacto. A trajetória acadêmica da equipe Artemisia, que conta com 21 colaboradores mostrou que a formação vem de universidades de elites, onde todos possuem curso de graduação e apenas 12 possuem pós-graduação. A USP foi a universidade com maiores egressos na equipe Artemisia, com 11 profissionais, seguida do Insper, FGV, Mackenzie e Unicamp. A nível internacional estão as instituições *Harvard*, *American University Washington*, *HEC Paris* e *Yale University*. Apenas 5 profissionais tiveram formação na área específica de impacto social e foram elas: Especialização Avaliação de Programas Sociais, MBA em Gestão de Negócios Socioambientais, Mestrado Gestão Socioambiental para a Sustentabilidade na USP, Investimento em Negócios de Impacto Socioambiental no Insper e o

curso de Negócios Sociais e Inclusivos no *Yunus Social Business Centre*.

As empresas que participaram do programa de aceleração da Artemisia desde o ano de 2010 fazem parte do portfolio que é disponibilizado no site da organização e até o último acesso, no dia 09 de outubro de 2017, compreendia 87 empresas das quais 16 não foram incluídas na análise por terem sido fechadas - CNPJ baixado, ou por não ter sido encontrada nenhuma informação sobre as mesmas. A maioria das empresas está no estado de São Paulo, como mostra a Figura 1.

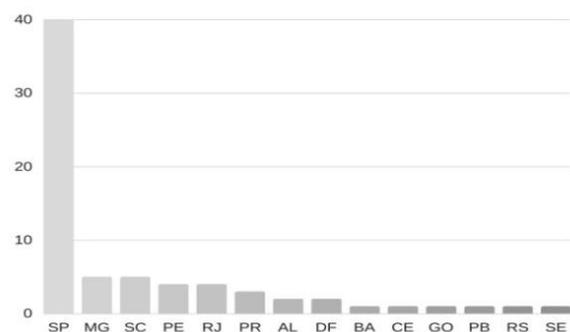


Figura 1: Localização das empresas sociais

A principal área de atuação das empresas de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas é a Tecnologia, onde aproximadamente 60% das empresas têm como principal produto o desenvolvimento de *softwares*, aplicativos, redes sociais e jogos para alunos e professores em sala de aula, como ilustrado na Figura 2

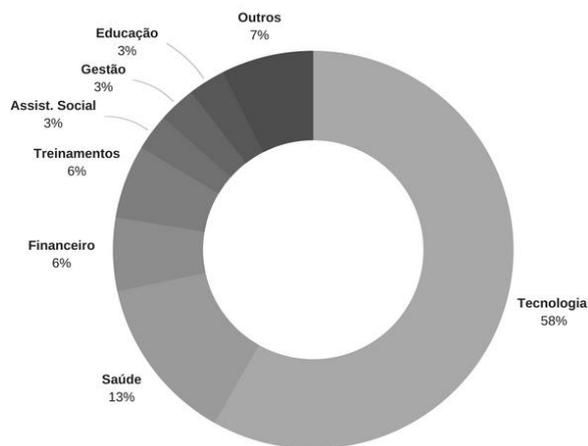


Figura 2: Área de atuação das empresas sociais

O site institucional de cada empresa foi investigado e apenas dois deles fazem referência à Empresa Social ou qualquer termo relacionado em seu site, as demais são definidas como empresas tradicionais, sem qualquer menção ao impacto social. Quanto ao formato jurídico das empresas, exceto por 6 que são configuradas como entidade sem fins lucrativos, as demais são de natureza empresarial tradicional. Para que fosse possível visualizar o porte das empresas que participaram do processo de aceleração, foi analisado o investimento inicial das empresas, que é o valor estabelecido no momento da abertura da empresa para o início das atividades e manutenção da organização. Além das 6 empresas cadastradas como entidades sem fins lucrativos, 2 empresas divulgaram seu investimento inicial como zero. Conforme mostra a Tabela 1, empresas de grande porte, com investimento inicial superando 25 milhões de reais, receberam a aceleração Artemisia.

Tabela 1

Investimento inicial das empresas sociais

Investimento Inicial	Nº de empresas
Até 10 mil	18
Até 50 mil	12
Até 100 mil	10
Até 500 mil	9
Até 1 milhão	6
Acima de 1 milhão	9

Para que se possa visualizar qual o grau de maturidade das empresas participantes, foi analisada a data de abertura de cada empresa em relação a sua data de participação no programa de aceleração, revelando que empresas com até 1 ano de existência representam quase a metade das empresas aceleradas, reforçando o caráter de startup e aceleradora do processo.

A análise das empresas clientes Artemisia, observou os empresários e dos 182 analisados, apenas 67 deles não possuem outras empresas além da empresa que foi acelerada, os outros 115 empresários são sócios de outras empresas, indicando que também são agentes originários da esfera de negócios tradicionais. O investimento inicial das empresas de cada agente também foi analisado, Figura 3, e revelou empresários com uma alta somatória de investimento inicial em suas empresas, como o exemplo do sócio da empresa Geekie,

acelerada pela Artemisia, que possui além dela, outras 11 empresas, e a somatória do investimento inicial de todas as suas empresas ultrapassam dois bilhões de reais. A Figura 3 mostra o resultado da somatória do investimento inicial de todas as empresas pertencentes a cada empresário: 3 empresários possuem mais de 1 bilhão em investimentos iniciais de suas empresas; 49 empresários têm até 100 milhões; 40 empresários até 1 milhão; 60 até 100 mil; e 30 até 10 mil.

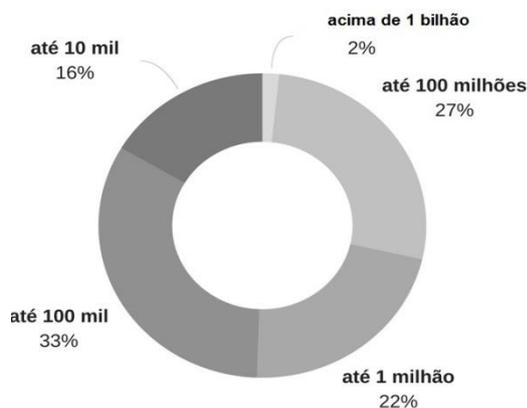


Figura 3: Somatória do investimento inicial das empresas de cada empresário

Observar os empresários clientes da Artemisia evidenciou que os serviços oferecidos pela aceleradora são destinados, principalmente, aos indivíduos da esfera de negócios tradicionais, que possuem outras empresas e capital econômico adquirido em espaços da lógica tradicional que agora serão investidos no novo espaço dos negócios de impacto. A aceleradora Artemisia, que oferece o programa de aceleração com o valor de investimento de R\$15.000,00, se

dedica a “encontrar talentos para mudar o mundo” (Artemisia, 2017) e incentiva a busca por carreiras de significado: “Muitas pessoas deixam de seguir suas vocações e suas paixões, com medo de arriscar algo novo. As garantias podem ser menores, as incertezas podem ser maiores que as recompensas imediatas — ainda assim, há espaço para uma transição de carreira significativa” (Artemisia, 2017). Porém, existem condições materiais de existência (Bourdieu, 1979) que influenciam a relação que os agentes têm com o futuro. A capacidade para formar um projeto, individual ou coletivo, de criar e construir possibilidades objetivas de futuro são disposições que têm sua gênese enraizada nas condições econômicas e sociais de cada ator. No pensamento de Bourdieu, tanto a forma de pensar como a de não pensar o futuro define a situação de classe do agente e são definidas pela sua situação econômica, estando aí a gênese de todas as suas práticas. Quando olha para o desencantamento do mundo na transição de sociedades pré-capitalistas, Bourdieu (1979) avalia que o alargamento do campo dos possíveis se relaciona diretamente com as condições materiais de existência de cada indivíduo. As aspirações têm os mesmos limites do campo das possibilidades objetivas, assim, as esperanças de futuros são mais próximas da realidade quanto maiores às

possibilidades concretas que podem ser analisadas por índices como o nível de instrução e o rendimento. O campo do futuro real, o que é realmente acessível, se aproxima dos rendimentos e da elevação na hierarquia social. O futuro a que cada ator se propõe tem gênese na classe social à qual ele pertence. As disposições econômicas fazem referência à situação econômica e social que estrutura toda a experiência através da mediação da apreensão subjetiva do futuro objetivo e coletivo por cada ator. A cada uma das condições econômicas e sociais corresponde um sistema de práticas e de disposições organizados em torno da relação ao futuro que aí se acha implicada (Bourdieu, 1979).

Pensando nisso, no decorrer das análises de estrutura organizacional e trajetória profissional dos agentes relacionados à Artemisia, foram identificados alguns agentes que indicam a presença de uma elite do espaço da lógica tradicional no espaço social objeto deste estudo. Como é o caso do fundador da Investidora Kviv Ventures e sócio do Negócio de Impacto Avante, que é herdeiro da maior rede de varejo do Brasil, a Casas Bahia do qual é sócio e responsável pela associação Casas Bahia e Ponto Frio. Outros herdeiros de grandes empresas tradicionais como do Grupo Odebrechet e da JSL Logística, maior empresa da área do país, atuam no espaço como sócios ou

investidores de Negócios de Impacto. Além da presença de herdeiros, outros exemplos de atores com capitais adquiridos no espaço dos negócios tradicionais, são as organizações como os fundos Mov Investimentos, criado pelos fundadores da empresa Natura, a Virtuose, criado pela família que detém 20% das ações do grupo Odebrechet e a Vox Capital, criada pelo herdeiro de um dos maiores conglomerados privados do país, o grupo Votorantim. O novo modelo organizacional integra, em teoria, lógicas de espaços distintos, tradicional e de impacto, mas de fato poucos atores vindos de espaços com predomínio da lógica de impacto constituem o espaço acerca da Artemisia.

A análise da trajetória profissional dos agentes mostra que a maioria pertence ao universo dos negócios tradicionais. Não há uma formatação legal que define a empresa social brasileira, e a maioria das organizações analisadas têm formato legal de empresas tradicionais. O espaço social onde se passam transformações pode ser observado ao mesmo tempo como consequência e como condição de tais transformações, e a condição econômica dos agentes está diretamente ligadas às suas disposições econômicas. Apresentação de dados das empresas sociais da Artemisia, uma das maiores referências de Empresas Sociais no Brasil, mostrando que são empresas

tradicionais, voltadas para o lucro, sem características que as aproximem de empresas que buscam por mudança social.

A trajetória profissional e formação dos trabalhadores da Artemisia, o formato jurídico, o porte financeiro das empresas clientes, a presença de herdeiros no espaço e o fato de que em seus sites institucionais sequer mencionam impacto social, indica que a lógica empresarial é predominante, fazendo crer que se tratam de empresas tradicionais que adicionam responsabilidade social em seu modelo de negócio, relembrando o conceito de Responsabilidade Social Corporativa com uma nova roupagem.

Conclusões

A aceleradora estrutura as empresas sociais e concorre com as demais organizações do espaço para legitimar o seu modelo organizacional quando define o que é e como funciona uma empresa social em seu programa de aceleração. O fato dos empresários possuírem capital econômico similar indica certa exigência do espaço, característica que pode ser observada ao mesmo tempo como consequência e condição do modelo de negócio brasileiro, que tende a lógica dos negócios tradicionais.

Apesar de se aproximar da lógica de negócios tradicionais e se contextualizar em meio a atores com grande capital

econômico adquirido no mercado tradicional, a aceleradora mobiliza o argumento pautado no bem comum. O ideal de justiça torna a empresa social extremamente atraente ao se mostrar como um dispositivo crítico, uma espécie de inovação organizacional que apresenta uma solução para a situação de desigualdade da sociedade ao mesmo tempo em que não questiona a autonomia da lógica econômica, lógica esta que, revestida de ciência, precisa se manter independente de ideologias ou de qualquer moral, mesmo que isto já possa ser produto de um trabalho ideológico (Boltanski & Chiapello, 2010). Neste sentido, a Empresa Social brasileira pode ser considerada como um artefato da dinâmica de enfrentamento das dificuldades ideológicas do capitalismo, parte do movimento de busca por respostas às expectativas de justiça social e provas de que o sistema funciona, ou pode funcionar, em favor do bem comum (Boltanski & Chiapello, 2010).

A mobilização ideológica presente no argumento de que a busca pelos interesses individuais serve aos interesses globais pode ser vista no slogan “Entre ganhar dinheiro e mudar o mundo, fique com os dois” (Artemisia, 2017), como uma espécie de produto final da incorporação da crítica que clama por justiça social. São oferecidas respostas para indagações quanto ao cumprimento

da promessa de bem comum sem que sejam abaladas quaisquer questões estruturais que estão no cerne da questão.

O crescente fluxo de investimentos no espaço social brasileiro e as justificativas centradas no bem comum materializadas de fato em empresas indicam uma sofisticação na atuação social de grandes empresários, e a Empresa Social se mostra como um artefato organizacional produzido pela necessidade de justificativas mais poderosas para dar sentido ao capitalismo.

Bibliografia

Artemisia (2017, 01 de agosto). Disponível em: <<http://www.artemisia.org.br/>>.

Chiapello, E., & Boltanski, L. (2010). *O novo espírito do capitalismo* (No. hal-00680092).

Bourdieu, P. (1996). *Espaço social e espaço simbólico*. _____. Razões práticas: sobre a teoria da ação, 8, 13-33.

Bourdieu, P. (1979). *O desencantamento do mundo: estruturas econômicas e estruturas temporais*. São Paulo: Perspectiva.

Gregory, D. J. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*. Original Draft: October, 31.

Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). *Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences*. *Journal of social entrepreneurship*, 1(1), 32-53.

Mair, J., & Marti, I. (2006). *Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight*. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.

Prahalad, C. K. (2006). *The Fortune at the Bottom of the Pyramid*. Pearson Education India.

Seelos, C., & Mair, J. (2005). *Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor*. *Business horizons*, 48(3), 241-246.

Yunus, M. (2010). *Criando um negócio social: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade*. Elsevier.

Bourdieu, P., Curto, D. R., Domingos, N., & Jerónimo, M. B. (1989). *O poder simbólico*.

Financiamento

A pesquisa que deu origem ao presente trabalho, apresentada no Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção, contou com apoio institucional da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal e Nível Superior (CAPES).

Agradecimento

A apresentação deste trabalho nas XXVI Jornadas de Jovens Pesquisadores da Associação de Universidades Grupo Montevideu (AUGM) só foi possível graças ao apoio da Secretaria Geral de Relações Internacionais (SRInter) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), que através do Edital n.º 06/2018 financiou a apresentação de trabalhos de estudantes de graduação e de pós-graduação na edição realizada pela Universidad Nacional de Cuyo (UNCUYO), em Mendoza, Argentina.