ReGeo ISSN: 2177-3246

EMPREENDEDORISMO SOCIAL: UM ESTUDO DE CASO DA ENACTUS BRASIL

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: A CASE STUDY OF ENACTUS BRASIL

EMPRENDIMIENTO SOCIAL: UN ESTUDIO DE CASO DE ENACTUS BRASIL

https://doi.org/10.56238/revgeov17n7-020

Data de submissão: 18/05/2026 **Data de publicação:** 02/07/2026

André Oyama Cattaruzzi
Lattes: https://lattes.cnpq.br/0498053693181199
Instituição: Universidade Estadual Paulista (UNESP) - Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara
E-mail: andreoyama1@gmail.com
Orcid: 0009-0007-3610-5014

RESUMO
O presente artigo, propõe uma reflexão sobre as características fundamentais do Empreendedorismo Social, seus aspectos distintivos para outros modelos de empreendedorismo existentes no mundo contemporâneo e suas formas de geração de valor. Sabe-se que o terceiro setor foi estabelecido no Brasil nos anos 1990, terceirizando a função social do Estado a partir da atividade de organizações sem fins lucrativos; é no terceiro setor que nasce o Empreendedorismo Social. No âmbito de uma pesquisa qualitativa e exploratória, foi apresentada a Agenda 2030 da ONU e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que norteiam as atividades da organização que é o caso estudado por este trabalho, a Enactus Brasil.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social. Valor Social. ODS. Enactus Brasil.

ABSTRACT
This article proposes a reflection on the fundamental characteristics of Social Entrepreneurship, its distinctive aspects for other entrepreneurship models existing in the contemporary world and its ways of generating value. It is known that the third sector was established in Brazil in the 1990s, outsourcing the social function of the State from the activity of non-profit organizations; it is in the third sector that Social Entrepreneurship is born. As part of a qualitative and exploratory research, the UN 2030 Agenda and the Sustainable Development Goals were presented, which guide the activities of the organization that is the case studied in this work, Enactus Brasil.

Keywords: Social Entrepreneurship. Social Value. SDG. Enactus Brasil.

RESUMEN
Este artículo propone una reflexión sobre las características fundamentales del Emprendimiento Social, sus aspectos distintivos respecto a otros modelos de emprendimiento existentes en el mundo contemporáneo y sus formas de generar valor. Se sabe que el tercer sector fue establecido en Brasil en los años 1990, terciarizando la función social del Estado a partir de la actividad de organizaciones sin fines lucrativos; es en el tercer sector donde nace el Emprendimiento Social. En el marco de una investigación cualitativa y exploratoria, se presentaron la Agenda 2030 de la ONU y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que guían las actividades de la organización que es el caso estudiado en este trabajo, Enactus Brasil.

Palabras clave: Emprendimiento Social. Valor Social. ODS. Enactus Brasil.

1 INTRODUÇÃO

O atual sistema econômico trouxe e ainda traz diversos desafios de cunho social, econômico e ambiental, que durante muito tempo foram deixadas de lado, mas que atualmente, foram conquistando espaço nas discussões do Governo, de empresas e da sociedade. O fenômeno do Empreendedorismo Social surge como uma alternativa da sociedade civil de trabalhar em função de sanar problemas complexos e atender às demandas da sociedade com um formato de organização empreendedor, com intenção de fornecer produtos e/ou serviços que, de alguma forma, agreguem para a comunidade inserida e estejam alinhados com a resolução dos problemas complexos. Juntamente com o crescimento do fenômeno, aparecem dificuldades na definição do conceito, com uma diversificação muito grande de aplicações, diferentes noções acerca do tema e uma falta de clareza no constructo do conceito. O fenômeno do Empreendedorismo Social sofre de uma "Inflação Conceitual", onde em meio a uma falta de definição exata do conceito, ele acaba por possuir um excesso de significados, impulsionado ainda mais pelas diferentes realidades e exemplos em que esse conceito é aplicado. O fenômeno se iniciou com a difusão do conceito de empreendedor social nos Estados Unidos e com atividades de geração de renda em organizações da sociedade civil. Porém, atualmente, o fenômeno demonstra maior complexidade e maior variedade de atores envolvidos, como Instituições, ONGs, governos, consumidores e investidores.

O interesse pessoal na pesquisa do Empreendedorismo Social vem da intenção de estudar melhor o fenômeno que vem crescendo em termos de relevância dentro da literatura acadêmica brasileira ao longo dos últimos 10 anos. Este interesse com a pesquisa do tema também vai ao encontro da minha vontade em contribuir com um movimento que procura sanar as necessidades da sociedade e do planeta, rumo a um desenvolvimento sustentável, mas com esquema e organização empreendedores.

2 OBJETIVOS

Este artigo é importante para o tema, pois ainda há uma grande confusão principalmente com a definição exata do fenômeno, que é bastante recente. Por conta das diferentes realidades da sociedade pelo mundo, diferentes nomenclaturas são dadas para fenômenos parecidos e muitas vezes confundidas pelo fato de ser um diferente tipo de empreendimento, com propósito e valores diferentes do empreendedorismo comercial. A importância dessa pesquisa também é justificada pelo fato de o assunto ser ainda pouco estudado dentro do ambiente acadêmico brasileiro. Ao olhar para as bases de publicações nacionais acerca do Empreendedorismo Social, é possível identificar a imaturidade do estudo acadêmico sobre este assunto no Brasil, que iniciou tardiamente e só foi intensificado em 2012, onde o aumento do número de publicações foi realmente relevante.

Este trabalho visa analisar os principais elementos definidores do conceito, levando em consideração as principais escolas de pensamento do fenômeno, na busca de uma definição mais precisa, fazendo uma busca e mapeamento das características fundamentais do conceito. Este trabalho também tem como objetivo diferenciar o Empreendedorismo Social das demais categorias de empreendimentos existentes no mundo contemporâneo, confrontando os aspectos distintivos entre essas categorias dando exemplos sobre os setores de atividades do empreendedorismo social tomando como base os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU, para identificar diferentes formas de criação de valor social por parte do movimento do Empreendedorismo Social.

3 METODOLOGIA

Para este estudo foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa, avaliando o Empreendedorismo Social tomando como base artigos, publicações e livros acerca do tema. Esta pesquisa teve o duplo objetivo, descritivo e exploratório, adentrando um fenômeno recente e pouco estudado dentro da literatura brasileira, para que seja melhor entendido e seja fomentada a discussão acerca deste tema na academia. Foi feito um estudo de caso da Entrepreneurial Action Us (Enactus) Brasil, em que foram apresentados os dados fornecidos pela organização no seu relatório anual da gestão 2020-2021. Neste trabalho busco fazer uma descrição e trazer uma definição mais concreta para o que se chama de Empreendedorismo Social, diferenciando de outros modelos empreendedores do mundo contemporâneo, levando em consideração o valor gerado por cada um dos modelos. Depois de melhor definição do fenômeno, busco exemplificar a importância de uma instituição como a Enactus para o Empreendedorismo Social e sua atuação dentro do Brasil, com base na observação participante e no relatório anual de gestão da Enactus Brasil.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste trabalho traz uma divisão entre 2 assuntos principais: Conceito de empreendedorismo social e conceitos principais para nortear o estudo de caso da Enactus Brasil.

Primeiramente, o conceito de Empreendedorismo Social possui uma definição pulverizada em diversas realidades diferentes. O conceito do Empreendedorismo Social nasceu nos EUA e se difundiu na escola europeia, que contribuiu para as definições do tema. O fenômeno se iniciou com a difusão do termo empreendedor social nos Estados Unidos, aproximando o empreendedor social do empreendedor de mercado, porém utilizando recursos e ferramentas para conseguir gerar valor social. Nessa vertente, o empreendedorismo social compõe o chamado setor não-lucrativo da economia. O setor parte da organização não-lucrativa de caráter empresarial, cujo conceito se forma como "Organizações não-lucrativas onde o acontecimento de atividades comerciais, que geram rendimentos, é um dos meios de avançar na missão social da respectiva organização". Ao mesmo tempo em que é um formato de organização econômica e uma atividade social, constrói uma inovação na realização de serviços sociais, com forte orientação de mercado, ferramentas e estratégias de gestão, para que também gere renda própria, sem depender de atividades dos outros setores.

Na escola norte-americana, se afirma que as empresas sociais se aproximam de uma orientação de mercado, como um meio de manterem a atividade social e se tornarem menos dependentes de doações e repasses financeiros dos outros setores e mais de honorários e contratos. Por conta dessa definição da escola americana, o termo empreendedorismo social é tomado como um tipo de empreendimento, porém outras interpretações consideram o empreendedorismo social uma vertente única de estudo, e não um braço do empreendedorismo de mercado.

Na escola europeia, o empreendedorismo social surge como uma visão da economia social, que contribui com a ideia de um ambiente cada vez mais coletivo e também com uma gestão mais independente e democrática, com pouca influência do Estado ou do mercado. As empresas sociais, foram uma emergência de inovação dentro do terceiro setor europeu, onde acontece a união das ferramentas organizacionais de mercado ao propósito principal de geração de valor social, mas também com um ambiente coletivo, democrático e independente.

O movimento do empreendedorismo social foi intensamente difundido também nos países em desenvolvimento, mas com a nomenclatura de negócios sociais e negócios inclusivos, porque o termo empresa social não foi tão aceito em regiões como América Latina e Ásia. O termo negócio social ganhou destaque com Muhammad Yunus, empreendedor social ganhador do Prêmio Nobel da Paz em 2006.

Para Yunus (2010), existem 2 classificações para os negócios sociais:

1. Negócio social com balanço de contas equilibrado, obtendo lucros que são inteiramente revertidos para impulsionar o próprio crescimento da instituição, que visa apenas servir alguma necessidade da sociedade. Como a ideia de ganhos pessoais é ausente, os investimentos são devolvidos sem correção e os lucros inteiramente reinvestidos no negócio social, a fim de aumentar o impacto social que causa.
2. Negócio social com fins lucrativos que, visa lucro para melhorar a renda de pessoas pobres, não olhando apenas para a maximização dos lucros, onde a população pobre é dona e cliente do negócio.

Há um consenso entre as ideias de Yunus (2010) e Kerlin (2006) de que as organizações do empreendedorismo social se encontram em meio a dois extremos: empresas de mercado e organizações sem fins lucrativos.

Na visão de Yunus (2010) o negócio social não visa gerar lucro em si, e o excedente gerado serve para ser reinvestido no negócio, para que intensifique a geração de valor social e continue funcionando independentemente do Estado ou Organizações de mercado. Os negócios sociais se aproximam de negócios de mercado em aspectos como produtos, serviços, clientes, mercados, ferramentas, porém difere no seu propósito principal que é servir à sociedade e melhorar as condições de vida de populações de classe de baixa renda da sociedade. Também se distingue de ONGs por buscar a própria sustentação de suas atividades por meio da venda de produtos e serviços ao invés de doações ou outras formas de captação de recursos. A relevância em resolver problemas sociais, principalmente a pobreza, utilizando mecanismos e ferramentas de mercado, fez com que o Negócio Social conquistasse espaço em meio à realidade dos países em desenvolvimento, por conta disso, essa terminologia passou a ser mais aceita e difundida no Brasil e outros países latino-americanos.

Em segundo lugar, para nortear o estudo de caso da Enactus Brasil, é preciso entender o que são os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a Agenda 2030 da ONU.

A Agenda 2030 da ONU foi criada com a reunião dos líderes mundiais, a fim de criar um plano de ação, uma lista de objetivos a serem cumpridos até o ano proposto. Esses objetivos foram denominados Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que organizam em 17 grandes objetivos (problemas a serem resolvidos) em rumo ao desenvolvimento sustentável do planeta e da humanidade, transformando vidas, acabando com a pobreza e protegendo o planeta. Todos os 17 ODS tem por trás de sua construção 169 indicadores que norteiam planos de ação para os objetivos globais. De acordo com Grando (2018), as organizações do terceiro setor buscam, através de suas atividades, desenvolver mercados, minimizar problemas sociais e transformar realidades, alinhando suas práticas com os ODS da Agenda 2030 da ONU.

Figura 1. ODS Agenda 2030



Fonte: ONU, 2016.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dentro da discussão deste trabalho, a forte relação entre os ODS e as organizações do terceiro setor trazem uma colocação interessante para o Empreendedorismo Social. Levando em consideração as características fundamentais do ES, de foco na geração de impacto socioambiental, os ODS entram como um norteador importante de atividade dos empreendedores sociais (Grando, 2018). Analisando a dificuldade de mensuração e análise do impacto gerado pelo ES, os ODS fazem um papel de categorizar a criação de valor e impacto no ambiente de transformação do ES, fazendo com que dê uma base para enquadrar os indicadores dos ODS nos valores gerados dentro do fenômeno do ES.

Para melhor fomentar a relação entre os ODS e o ES, trago como objeto de estudo a Entrepreneurship Action Us (Enactus). Presente no Brasil e em mais 35 países, a Enactus se coloca como uma organização do terceiro setor que funciona como criadora e incubadora de projetos de Empreendedorismo Social. Atuando no ambiente universitário, a instituição cria, auxilia e desenvolve projetos de transformação local nas cidades inseridas, sendo os times de cada um dos locais formados pelos alunos das universidades ali presentes. Segundo o relatório anual da Enactus Brasil, as atividades da instituição tomam como alicerce os ODS da ONU, a Enactus busca apresentar os 17 objetivos e fazer com que os times alinhem os projetos criados dentro dos indicadores de cada objetivo, levando os projetos a um nível de impacto específico, buscando maneiras para fomentar os indicadores apresentados dentro da Agenda 2030. A instituição também recebe apoio e subsídios de grandes empresas do Brasil e do mundo, como Ford, Unilever, Cargill, entre outras, que fomentam os espaços de discussão, desenvolvimento dos times e projetos, e competições internas para que a inovação

(característica fundamental do ES) seja criada. Dentro das competições os ODS possuem um foco de direcionar cada categoria de disputa, para que sejam analisados os indicadores dentro de cada objetivo por parte dos projetos. Essa parceria da Enactus com outras instituições, competição e um total alinhamento de atividades com os ODS, mostram uma direção para onde pode se estender o entendimento da geração de valor por parte do Empreendedorismo Social (Relatório Anual Enactus Brasil, 2021).

Com base no Relatório Anual Enactus Brasil (2021), é possível identificar dados estatísticos que evidenciam a relevância e impacto dessa instituição dentro do nosso país. Presente em 23 estados brasileiros, a Enactus no Brasil é representada por 120 times, que atuam em mais de 200 projetos, impactando e transformando o ambiente onde estão localizados. Dentre as mais de 480 mil horas desempenhadas pelos Enactors (membros dos times), foram movimentados mais de um milhão de reais ao longo da gestão 2020-2021, impactando a vida de quase 100 mil brasileiros.

Foi apresentado, pelo Relatório Anual Enactus Brasil (2021), um conjunto de indicadores que contribuem para a Agenda 2030, em alinhamento aos ODS. Foram subdivididos em 3 grandes categorias: Pessoas, Planeta e Prosperidade.

Na categoria Pessoas, o impacto foi mensurado a partir de 5 indicadores:

- 55.875 pessoas com acesso a alimentação saudável mais acessível
- 1.590 pessoas com acesso à educação
- 1.343 pessoas com habilidades empreendedoras novas/aprimoradas
- 890 meninas/mulheres com habilidades novas ou aprimoradas
- 29 pessoas com habilidades novas ou aprimoradas em agricultura sustentável

Na categoria Planeta, 3 indicadores foram apresentados:

- 3.813,76 toneladas de resíduos reciclados ou evitados de serem descartados
- 480,91 toneladas de plástico reutilizado, reciclado ou evitado de ser descartado
- 1109,26 toneladas de CO2 reduzidas/evitadas

Na categoria Prosperidade são 6 indicadores:

- 11 pessoas com acesso novo/aprimorado a uma fonte de energia limpa e sustentável
- 131 novos negócios criados
- 278 novas oportunidades de emprego criados
- 199 pessoas que obtiveram emprego
- 123 pessoas com habitação nova/reformada, acessível, com segurança e serviços básicos
- 2.007 pessoas com acesso novo/aprimorado à informação, comunicação e tecnologia

Além dos indicadores apresentados, a Enactus Brasil realiza premiações diretamente relacionadas a cada um dos ODS, para os projetos que mais geraram impacto dentro dos indicadores apresentados na Agenda 2030 (Relatório Anual Enactus Brasil, 2021). As premiações são acompanhadas e avaliadas pela Enactus Brasil e por cada empresa que patrocina as premiações. Na Figura 2 é possível identificar os projetos vencedores da premiação em cada ODS, além dos respectivos times responsáveis e as empresas que patrocinam tal categoria de objetivo.

Figura 2. Prêmio ODS 2021 Enactus Brasil



Fonte: Relatório Anual Enactus Brasil Gestão 2020-2021.

O quadro do Prêmio ODS 2021 mostra o grande compromisso da Enactus com a Agenda 2030 da ONU, mas também evidencia a grande relação de parceria que essa organização tem com outras empresas do segundo setor, parceria esta que alinha os times e projetos Enactus aos ODS.

Além do quadro, as informações apresentadas no relatório evidenciam o impacto que possui uma organização que atua em grande parte do território nacional, criando e desenvolvendo projetos de Empreendedorismo Social, oferecendo suporte, educação, parceria, eventos e prêmios para os times de estudantes, que transformam a realidade onde estão inseridos e se desenvolvem a partir da ação empreendedora social.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise da bibliografia, pode-se concluir que o fenômeno do Empreendedorismo Social vem ganhando relevância ao longo dos últimos anos, com aumento do número de publicações a partir

de 2012 e conquistando espaço dentro das discussões acadêmicas. O ES possui variadas formas, definições e nomenclaturas, porém, o ES possui características fundamentais, que o definem e diferenciam o ES de outros modelos empreendedores, independentemente de onde esteja ou qual nomenclatura adote para se identificar.

Primeiramente, os empreendimentos sociais buscam, por meio do modelo empreendedor, adquirir receitas próprias para manter funcionamento. Esse fator leva os empreendimentos sociais a operarem de maneira mais livre, sem depender de doações, fazendo com que esses negócios sejam incentivados a serem mais inovadores, para conquistarem sua parcela do mercado onde estão inseridos.

Em segundo lugar, o Empreendedorismo Social tem como base e objetivo central a transformação social e geração de valor social, e não possui foco principal na geração de receita e lucro, como funciona o Empreendedorismo Comercial. O Empreendedorismo Social oferta produtos e serviços que atendem às necessidades de uma comunidade.

O valor social gerado pelo Empreendedorismo Social é incerto e não possui uma forma de mensuração concreta, devido às diferentes realidades em que acontece e diferentes problemas sociais que buscam sanar nas parcelas vulneráveis da população. É nessa incerteza que os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU trabalham (ONU, 2016). A agenda traz indicadores concretos para avaliar o desenvolvimento sustentável do planeta, assim como divide esses 169 indicadores em 17 diferentes ODS, que tratam de diferentes problemas atuais que necessitam de solução. A compreensão da Agenda 2030 auxilia na compreensão de problemas a serem sanados, auxiliando a compreensão do impacto gerado por parte do Empreendedorismo Social.

A busca pelo entendimento do impacto do Empreendedorismo Social me instigou a trazer como estudo de caso neste trabalho a organização Enactus Brasil. A instituição possui como alicerce de suas atividades os ODS da Agenda 2030 (Relatório Anual Enactus Brasil, 2021). Dentro dos projetos realizados pelos estudantes da organização, os ODS entram como diferentes formas de geração de valor que o Empreendedorismo Social apresenta em suas atividades.

REFERÊNCIAS

BAGGENSTOSS, S.; DONADONE, J. C. Empreendedorismo Social: Reflexões Acerca Do Papel Das Organizações E Do Estado. **Gestão e Sociedade**, v. 7, n. 16, p. 112, 2012.

CALEGARE, M. G. A.; SILVA JUNIOR, N. A "construção" do terceiro setor no Brasil: da questão social à organizacional TT - The "construction" of Brazilian third sector: from social question to organizational one TT - La "construcción" del tercero sector en Brasil: da cuestión social a la org. **Rev. psicol. polit**, v. 9, n. 17, p. 129–148, 2009.

ENACTUS BRASIL. São Paulo. 2021. Relatório Anual Ciclo 2020-2021. Link de acesso: http://brazil.enactusglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2021/11/Relato%CC%81rio-Anual-Enactus-Brasil-Ciclo-2020-2021.pdf

GODÓI DE SOUSA, E.; ELIZANDRO GANDOLFI, P.; CAIXETA GANDOLFI, M. Empreendedorismo social no Brasil: um fenômeno de inovação e desenvolvimento local. **Dimensión empresarial**, v. 9, n. 2, p. 22–34, 2011.

GODÓI-DE-SOUSA. Empreendedorismo Social e Desenvolvimento Social : Desafios e Oportunidades. **Enapegs, V I**, n. May 2012, p. 1–18, 2011.

LEAL, A. L. C. A.; FREITAS, A. A. F. DE; FONTENELE, R. E. S. Criação de valor no empreendedorismo social: Evidências a partir da comparação com o empreendedorismo comercial. **Revista de Gestao Social e Ambiental**, v. 9, n. 1, p. 51–65, 2015.

PARENTE, C. *et al.* Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição. **XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho Emprego e coesão social: da crise de regulação à hegemonia da globalização**, p. 268–282, 2011.

QUINTÃO, C. Empreendedorismo social e oportunidades de construção do próprio emprego. **Seminário "Trabalho social e Mercado de Emprego"; Painel Políticas Sociais e Mercado de Emprego**, p. 1–24, 2004.

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

YUNUS, M.; MOINGEON, B.; LEHMANN-ORTEGA, L. Building social business models: Lessons from the grameen experience. **Long Range Planning**, v. 43, n. 2–3, p. 308–325, 2010.

ZANDAVALLI, C.; DANDOLINI, G. A. Indicadores e métricas para mensurar o impacto social em empresas e negócios sociais: revisão integrativa da literatura. **XXII SEMEAD Seminários em Administração**, n. November, 2019.