

ECOSSISTEMAS DE NEGÓCIOS SOCIAIS: DRIVERS, RELAÇÕES INTERSETORIAIS E SEUS IMPACTOS

Hélcio Augusto de Melo Britto¹, Suzanne Érica Nóbrega Correia²

RESUMO

Atualmente, novos modelos de negócios têm surgido, apropriados para tratar de problemas sociais, na busca pela melhoria da qualidade de vida das populações locais. Assim, a partir das lacunas de pesquisas, este estudo tem como objetivo apontar dimensões para entender como os negócios sociais são desenvolvidos dentro dos seus ecossistemas, a partir dos *drivers*, relações intersetoriais e os impactos causados. Nesse contexto, este trabalho parte do pressuposto que os negócios sociais enfrentam alguns desafios em seu desenvolvimento, que podem se tornar fatores facilitadores (*drivers*) ou de risco, a depender de como são trabalhados. Em termos de métodos, a pesquisa tem caráter descritivo, exploratório e qualitativo. Para tanto, foi realizada uma revisão integrativa da literatura por meio de busca *online* de produções científicas indexadas na base de dados da *Web of Science*, e, após refinamento, a base de dados resultou em 26 artigos. Foram identificados cinco dimensões que podem ser considerados *drivers* para o desenvolvimento de Negócios Sociais, são eles: Objetivos Organizacionais; Recursos Financeiros; Legalidade; Relações Interorganizacionais e Objetivos Sociais. Para análise das dimensões encontradas, foram realizadas entrevistas com 04 pesquisadores da área de estudo, para se posicionarem sobre as dimensões e constructos identificados. As conclusões deste estudo evidenciam a importância dos ecossistemas para o desenvolvimento de negócios sociais e enfatiza que deve-se criar condições favoráveis para a operacionalização dos drivers que contribuem para a promoção de uma iniciativa social.

Palavras-chave: Negócios Sociais, Modelo de Negócios, Ecossistemas de Negócios Sociais

¹Graduando em Administração, UAAC, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: helciobritto@hotmail.com

²Dr.a, Professora Magistério Superior, UAAC, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: suzanne.correia@ufcg.edu.br

***SOCIAL BUSINESS ECOSYSTEMS:
DRIVERS, INTERSECTORAL RELATIONS AND THEIR IMPACTS***

ABSTRACT

Currently, new business models have emerged, appropriate to address social problems, in the quest to improve the quality of life of local populations. Thus, based on research gaps, this study aims to point out dimensions to understand how social businesses are developed within their ecosystems, based on drivers, intersectoral relationships and the impacts caused. In this context, this work assumes that social businesses face some challenges in their development, which can become drivers or risk factors, depending on how they are worked. In terms of methods, the research has a descriptive, exploratory, and qualitative character. Therefore, an integrative literature review was carried out through an online search of scientific productions indexed in the Web of Science database, and, after refinement, the database resulted in 26 articles. Five dimensions were identified that can be considered drivers for the development of Social Business, they are: Organizational Objectives; Financial resources; Legality; Interorganizational Relations, and Social Objectives. To analyze the dimensions, interviews were carried out with 04 researchers from the study area, to position themselves on the dimensions and constructs identified. The conclusions of this study show the importance of ecosystems for the development of social businesses and emphasize that favorable conditions must be created for the operationalization of the drivers that contribute to the promotion of a social initiative.

Keywords: Social Business, Business Model, Social Business Ecosystems