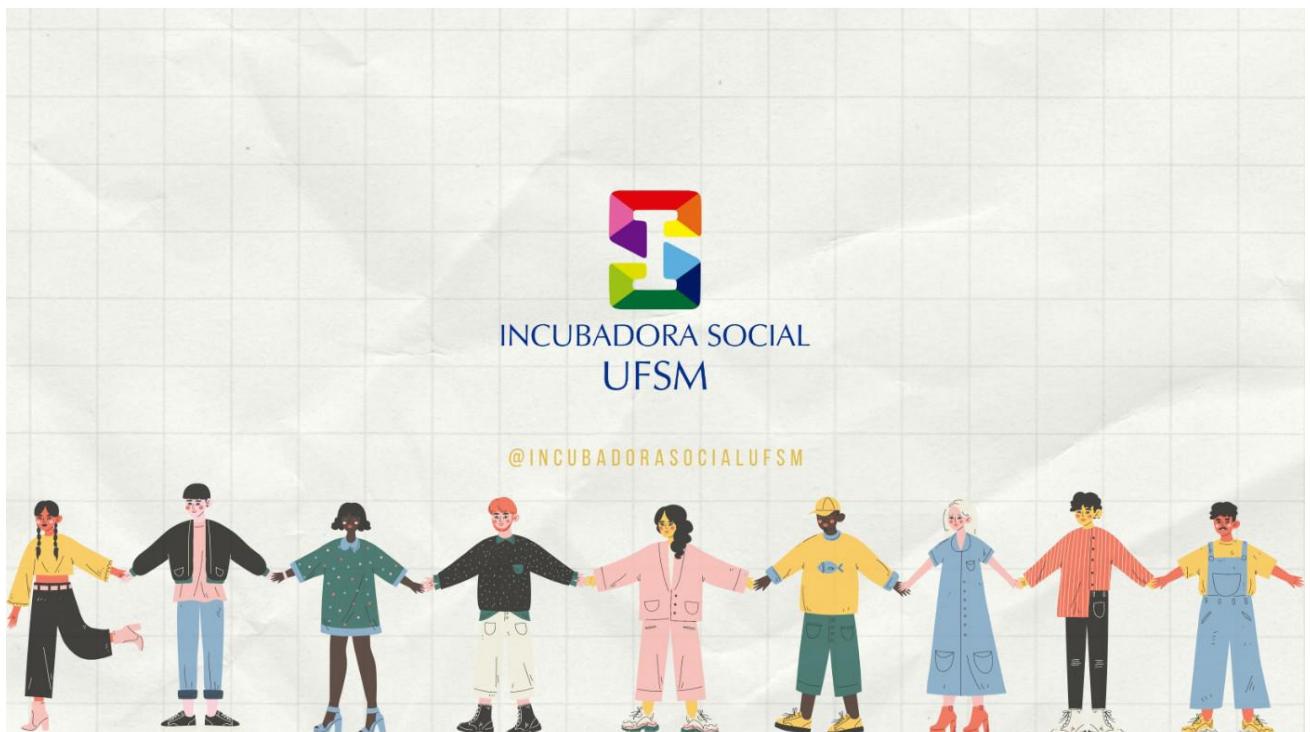


NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL



Santa Maria – RS, 2022

CONTEÚDO ELABORADO POR:

Prof^a Débora Bobsin
Acadêmico Clayton dos Santos Lima

EQUIPE TÉCNICA:

Arthur Humbelino dos Santos
Clayton dos Santos Lima
Felipe Cavalheiro Zaluski

EQUIPE DA INCUBADORA SOCIAL E PRE:

Lucas Veiga Avilla – CHEFE DE INCUBADORA SOCIAL
Elisandra Della-Flora Weinitschke – TÉCNICA EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS DA IS-UFSM
Jaciele Carine Sell – COORDENADORA DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL E CIDADANIA (CODERC)
Flavi Ferreira Lisboa Filho – PRÓ-REITOR DE EXTENSÃO (PRE)

Incubadora Social da UFSM
Avenida Roraima, 1000, prédio 47, sala 963, Bairro Camobi
Santa Maria – RS.
CEP: 97105-900
E-mail: incubadorasocial@ufsm.br

1. INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento das questões sociais e ambientais, as empresas têm buscado em seus modelos de negócios, o desenvolvimento de práticas que desenvolvem a empresa nas esferas econômicas, ambientais e sociais. Nesse cenário, o modelo de negócios de impacto socioambiental, que embora não sejam expressivos no Brasil, buscam atuar no desenvolvimento das questões sociais, enfatizando as pessoas em vulnerabilidade, mas não necessariamente que estejam na linha da pobreza.

Para Barki (2015b) os negócios de impacto social, surgiram da combinação das atividades do setor privado com a gestão social do terceiro setor (instituições voltadas ao desenvolvimento social, entidades sem fins lucrativos) tendo como objetivo de resolver problemas sociais, utilizando o mercado como mecanismo para desenvolvimento de soluções inovadoras para os problemas sociais existentes.

Esse modelo de negócio se destaca, pois além de fornecer serviços com qualidade, gerando receitas e contribuições para as principais partes interessadas no negócio, agregando valor tanto para os indivíduos como para a sociedade na qual essa organização realiza suas atividades. Além do mais, essas instituições também buscam desenvolver como sua atividade principal a geração de impacto, principalmente para as cadeias mais pobres da sociedade (MULLOTH, 2021).

Modelos de negócio “tradicional” estão focados em vendas e em expansão financeira para satisfazer a vontade dos acionistas ou dos gestores da empresa, já nos negócios de impacto, essa questão fica em segundo plano, sendo importante para assegurar a viabilidade econômica do empreendimento, garantindo assim a sequência e o desenvolvimento da empresa e a geração de impacto, que é seu principal foco (MAIR; MARTI, 2006).

Da mesma forma, diferente do modelo empresarial tradicional e das entidades sem fins lucrativos, nesse modelo de negócio, o lucro obtido nas atividades operacionais da empresa pode ser tanto dividido entre os acionistas, como aplicado em sua totalidade ao case da empresa, possibilitando a adoção e criação de novos serviços e consequentemente a escalabilidade do empreendimento (BARKI et al. 2015b).

Esse material possui o intuito de explorar conceitos e cases de empresas que voltam seus negócios para a área social e ambiental, da mesma forma, através da discussão gerada, aliada as demais atividades realizadas pela Incubadora Social da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), auxiliem no desenvolvimento pessoal dos gestores e no desenvolvimento do modelo de negócios da empresa, buscando alocar esforços e recursos para o desenvolvimento do seu empreendimento.

2. O QUE SÃO OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL?

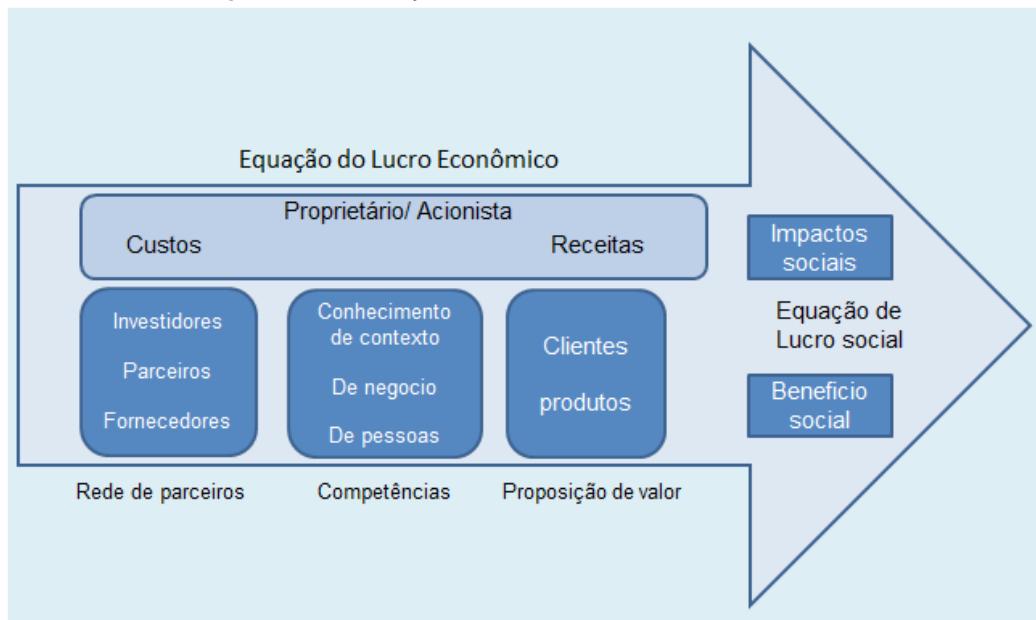
Devido à necessidade de entender de que forma as empresas podem engajar seus negócios com a sociedade e da mesma forma, analisar o impacto dessas instituições no desenvolvimento socioambiental gerado através de suas atividades, surgem os negócios de impacto social, tratando a gestão sobre uma perspectiva que até então não estava no foco do mercado tradicional, a perspectiva socioambiental (HAIGH; HOFFMAN, 2014).

Para Barki (2015), negócios que possuem essas características, surgiram como uma resposta ao capitalismo, visando que negócios sociais também podem gerar riqueza ao mesmo tempo que geram benefício para a sociedade, mostrando que a forma de se fazer negócios que vinha sendo realizada está ultrapassada, o que faz com os gestores repensem suas ações e decisões que tangem o desenvolvimento de seus negócios.

Empreendimentos de impacto social são aqueles que possuem iniciativa de responsabilidade social, gerando receitas para os empresários e beneficiando a sociedade em seu entorno, da mesma forma, esse modelo de negócios, buscam incentivar o consumo consciente e responsável, bem como fornecer soluções para problemas sociais da população de baixa renda (SEBRAE, 2015).

Com base no estudo realizado por Petrini; Scherer; Back (2016) foi desenvolvido uma análise através de um framework apresentando a equação de lucro econômico e social em instituições de negócios sociais, essa estrutura é apresentada na Figura 1.

Figura 01: Equação do lucro econômico e social.



Fonte: Adaptado de Petrini, Scherer e Back (2016).

Conforme apresentado na Figura 1, Petrini; Scherer; Back (2016) propuseram uma estrutura que determina e apresenta as questões relativas ao funcionamento das

entidades de cunho social, apresentando que os lucros econômicos e sociais podem acontecer de forma igualitária, desde que a empresa possua competências para a tomada de decisão e possuam parceiros certos e justos para que esse empreendimento gere benefício e impacto social.

Na maioria dos casos, esses negócios são criados para gerar um impacto social e ambiental positivo para a sociedade, e além da busca pela viabilidade econômica, essas empresas buscam de certa forma solucionar problemas existentes, principalmente aos que tangem as classes inferiores da população (SEBRAE, 2015).

Com isso, esse modelo está diretamente ligado com a mudança do território onde a empresa atua. Essas empresas desenvolvem questões de impacto social ou ambiental como sua atividade principal e não como projetos ou campanhas publicitárias. No entanto, para que haja impacto e desenvolvimento, é necessário que esse empreendimento possua a capacidade de ser escalado, isso é, desenvolver as atividades da empresa em outras áreas no intuito de conseguir criar uma transformação que seja efetiva.

Nesse sentido, entende-se por negócio de impacto, aquelas entidades que possuem seu foco em gerar impacto para a sociedade, seja ele social ou ambiental, sem desconsiderar as questões relativas à rentabilidade, pois estas, são consideradas importantes para o desenvolvimento e para manter a empresa (BARKI et al., 2019; COMINI et al. 2019).

a. COMO QUE UM NEGÓCIO DE IMPACTO SOCIAL FUNCIONA NA PRÁTICA?

Devido a exigências dos consumidores e da necessidade de desenvolver práticas e produtos que solucionem problemas dos clientes, realizar uma modificação na estrutura e no modelo de negócios da empresa pode ser uma saída necessária para crescimento do negócio. Nesse cenário, empresas que possuem esse vínculo social, e que desenvolvem a sociedade de alguma forma, apresentam um grande potencial de crescimento e desenvolvimento.

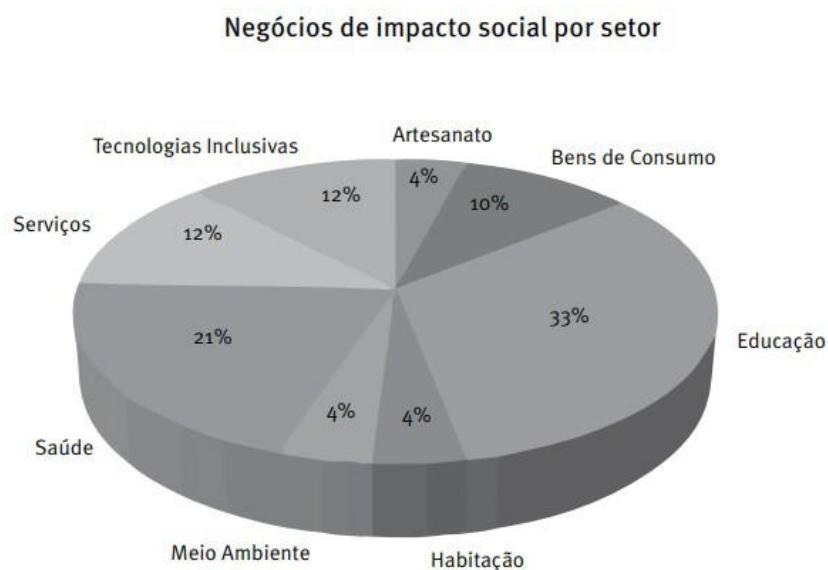
Para que esse modelo de negócios seja adotado pela instituição, primeiramente é necessário que a empresa incorpore o pensamento social em sua missão e é necessário que haja recursos financeiros para dar suporte as rotinas da empresa, permitindo que a organização honre com suas obrigações, logo, nesse quesito a empresa se assemelha aos modelos tradicionais, que buscam rentabilidade para manter suas operações.

Em contrapartida, em países emergentes, esse segundo modelo de negócio não se aplica em todos os casos, visto que, nesses países a distribuição dos lucros é facultativa (COMINI; BARKI; AGUIAR, 2012). Essas situações, principalmente onde há uma busca excessiva da lucratividade faz com que ocorra uma redução no propósito de impacto social (YUNUS, 2010).

Em um estudo realizado por Petrini; Scherer; Back (2016), ao analisarem 77 instituições de impacto socioambiental, onde foram obtidas 43 respostas validadas e nelas, foi possível observar áreas de atuação dos negócios de impacto.

Os resultados são apresentados na Figura 2, e indicam que dentre as empresas analisadas, destacam-se instituições que visam contribuir com a educação, com a saúde, acesso à informação e com tecnologia, o que indica, que nessas instituições o impacto gerado está diretamente ligado com a formação de mão de obra qualificada, com o desenvolvimento das capacidades intelectuais, das pessoas e impulsionando a geração de renda.

Figura 02: Áreas de atuação.



Fonte: Petrini, Scherer e Back (2016).

No entanto para propor um negócio de impacto, existem três lacunas para desenvolvimento de empreendimentos sociais, buscando solucionar problemas da sociedade, são eles: A comercialização de produtos a um preço justo, facilitando o acesso dos clientes com menor poder aquisitivo; fornecer equipamentos ou prestar serviços voltados a setores de baixa renda; e, empresas que foquem na inclusão e no desenvolvimento de novos profissionais oriundos das classes mais baixas da sociedade (SEBRAE, 2017).

Em uma análise realizada pelo Sebrae, foram observadas algumas atividades que podem ser realizadas por essas instituições, para que possuam impacto social, conforme apresentado na Quadro 01, abaixo apresentada.

Tabela 01: Atividades que podem ser desenvolvidas por negócios de impacto social.

| SEGMENTO | ATUAÇÃO |
|---------------------------------|--|
| Água e Saneamento Básico | Desenvolvimento de tecnologia para reaproveitamento de água, possibilitando uma redução dos custos de produção e consequentemente redução no preço cobrado ao consumidor final. |
| Agricultura | Capacitação dos pequenos produtores, desenvolvendo a cadeia produtiva, principalmente no que tange ao pequeno produtor. |
| Artesanato | Reciclagem de resíduos industriais, possibilitando a criação de recurso para artesões e gerando novos empregos. |
| Cultura | Prestação de serviços para adequação e acessibilidade de áreas culturais e que fomentem o crescimento e desenvolvimento cultura, bem como o desenvolvimento de treinamentos sobre teatro, entre outros. |
| Energia | Desenvolvimento de tecnologia e acesso a meios de energia renováveis, diminuindo o valor da energia convencional. |
| Habitação | Reuso de materiais descartados de construção para desenvolvimento de novos produtos, produção de materiais mais sustentáveis que não agridam o meio ambiente e que gerem benefícios para as partes interessadas. |
| Turismo | Foco no desenvolvimento local, fomentando o turismo em determinada região, proporcionando a geração de emprego e desenvolvimento social e econômico da região explorada nessa modalidade. |
| Saúde | Fornecimento de consultas a preço mais justo, fazendo com que aqueles que não possuam plano de saúde tenham acesso a um atendimento digno e com baixo custo. |
| Serviços financeiro | Desburocratização do acesso ao crédito, permitindo assim que pessoas de classes mais carentes possuam acesso a crédito com valor justo e com taxas justas. |

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em SEBRAE (2017).

Com base nesses aspectos tratados na Quadro 1, nota-se também, que esse modelo fomenta o desenvolvimento dos objetivos do desenvolvimento sustentável, visto que, as atividades apresentadas acima visam a redução da fome, questões que tratam de saúde e de igualdade, água e energia limpa, todos esses objetivos do desenvolvimento sustentável.

Existem diversas empresas voltadas ao desenvolvimento social no Brasil, a Tabela 2, abaixo apresentada, acrescenta cases que já estão em atividade e que são exemplos de empresas de cunho social:

Tabela 02: Negócios de Impacto Social atuantes no Brasil.

| EMPRESA | FUNDAÇÃO | CASE |
|---------------------------------|----------|--|
| Artemisia | 2005 | Promover a inclusão e redução das desigualdades através do empreendedorismo. |
| Gastromotiva | 2006 | Voltada a fornecer qualificação através de cursos sobre culinária, como forma de inclusão social, para jovens sem qualificação profissional, pessoas encarceradas e moradores de rua. |
| Universidade da Correria | 2013 | Intuito de desenvolver e capacitar profissionais para abertura e gerenciamento de questões empreendedoras, para desenvolver a própria empresa ou para entrar no mercado de trabalho. |
| Fa.vela | 2014 | Desenvolver de modo social, econômico e ambiental as pessoas que vivem em grupos sociais mais vulneráveis. |
| Moradigna | 2015 | Busca transformar a vida de pessoas que não vivem em condições satisfatórias de moradia, fornecendo de forma justa a possibilidade de se obter um lugar seguro e confortável para se habitar. |
| Maturijobs | 2015 | Focada em capacitar pessoas com 50+ anos, seja para trabalhos voluntários ou para aqueles que ainda estejam em busca de uma realocação no mercado de trabalho. |
| Clube da Preta | 2017 | Desenvolvido por empreendedores da periferia, esse case desenvolve produtos da cultura afro e envia para seus assinantes no intuito de gerar receita e de desenvolver a cultura afro através do consumo de produtos específicos. |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Nesse sentido, conforme exposto anteriormente, esses negócios buscam oferecer educação para um desenvolvimento empreendedor e auxiliar no desenvolvimento de projetos, buscando através do desenvolvimento de metodologias de ensino, o desenvolvimento da sociedade, preparando pessoas para seu futuro no mercado de trabalho, bem como, promover a inclusão de pessoas com menor poder aquisitivo, em rotinas empreendedoras.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No que tange a estrutura empresarial, os negócios de impacto social apresentam poucas diferenças quando comparados com os modelos tradicionais, visto que sua estrutura organizacional se assemelha e visa desenvolver produtos e prestar serviços no intuito de obter retorno financeiro. No entanto, diferente dos negócios tradicionais, as organizações sociais estão voltadas a garantir o acesso das classes mais baixas da sociedade, possibilitando através de preços justos que todos tenham acesso aos serviços prestados pela empresa.

Esse modelo também apresenta aspectos que são abordados em empreendimentos clássicos no que tange à distribuição dos resultados, pois a empresa pode optar tanto pela divisão dos recursos ou na aplicação direta na empresa, porém, esses aspectos são internos e delegados pela administração e pelo planejamento estratégico da empresa.

É necessário entender também que é possível que questões sociais ambientais e econômicas sejam conciliadas, e que também é necessário ser um processo produtivo que não gere impacto negativo ao meio ambiente e a sociedade como um todo. E para isso, para que ocorra uma reestruturação e readequação de qualquer modelo de negócio deve-se levar em consideração o intuito de desenvolver e beneficiar a sociedade e a região onde atua, sem desconsiderar a sua lucratividade.

REFERÊNCIAS

- Barki, E. **Negócios de Impacto Socioambiental no Brasil – como empreender, financiar e apoiar.** Rio de Janeiro: FGV Editora. 2019.
- BARKI, Edgard. **Negócios de impacto: tendências ou modismo?** GV Executivo, v. 14, n. 1, p. 14-17, 2015
- BARKI, Edgard et al. **Social entrepreneurship and social business: Retrospective and prospective research.** Revista de Administração de Empresas, v. 55, p. 380-384, 2015b.
- COMINI, Graziella Maria; ROSOLEN, Talita; FISCHER, Rosa Maria. **Inovações socioambientais: uma análise de soluções e estratégias criadas por negócios de impacto no Brasil.** Negócios de impacto socioambiental no Brasil, p. 217, 2019.
- COMINI, Graziella; BARKI, Edgard; AGUIAR, Luciana. **O novo campo dos negócios com impacto social.** In: BARKI, Edgard. et al. Negócios com Impacto Social no Brasil. São Paulo: Peirópolis, 2013. p. 41-64.
- HAIGH, Nardia; HOFFMAN, Andrew J. **The new heretics: Hybrid organizations and the challenges they present to corporate sustainability.** Organization & Environment, v. 27, n. 3, p. 223-241, 2014.
- IZZO, Daniel et al. **Negócios com impacto social no Brasil.** Editora Peirópolis LTDA, 2020.
- MAIR, Johanna; MARTI, Ignasi. **Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight.** Journal of world business, v. 41, n. 1, p. 36- 44, 2006.
- MULLOTH, Balashankar. **Exploring social business pathways: Green Map System as a case in point.** Revista de Administração Contemporânea, v. 25, n. 3, p. 1-10, 2021.
- PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. **Modelo de negócios com impacto social.** Revista de Administração de Empresas, v. 56, n. 2, p. 209–225, 2016.
- SEBRAE. **Negócios de impacto social e ambiental: Transformar realidades é um bom negócio.** Brasília, 2017. Acesso em: 26 set. 2021.
- SEBRAE. **Negócios sociais: uma maneira inovadora de empreender e promover o bem.** Brasília, 2013. Acesso em: 20 set. 2021.
- UNUS, Muhammad. **Criando um Negócio Social: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade.** 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.