



NEGÓCIOS COM IMPACTO SOCIAL: Aspectos Teóricos

Tácito L. PEREIRA¹; Paula² L. de O. MAIA

RESUMO

Os Negócios com Impacto Social atualmente estão em expansão no Brasil, mas ainda não são muito conhecidos pela população: tanto a sua definição teórica quanto a prática destes, dado que a grande maioria das organizações que atuam neste segmento se concentra mais nas capitais brasileiras, devido ao pioneirismo destas. Assim, o objetivo principal desta pesquisa foi esboçar um conceito deste novo tipo de negócio e divulgá-lo. Para tanto, foi utilizada a revisão bibliográfica, com a leitura de artigos, livros e teses. As discussões e os resultados apresentados são uma definição que esclarece a abrangência deste termo. A conclusão foi interessante ao perceber como este tipo de negócio está revolucionando o setor social e a importância de ter uma definição clara dos conceitos que o envolvem para um estudo mais focado da teoria, desta forma, possibilitando as evoluções deste tipo de negócio e o maior conhecimento deste pela população.

Palavras-chave:

Negócios de Impacto Social; Setor Social; Inovação Social

1. INTRODUÇÃO

Em reportagem divulgada no El País em 2017, foi apresentada uma análise de dados referente ao ano de 2015, cujo resultado aponta o Brasil como o 10º país mais desigual, de acordo com o índice GINI (EL PAÍS, 2017). Isto demonstra a complexidade desta questão e o fosso que separa a distribuição de renda no país.

Analisando a situação atual vivenciada, é necessário que sejam feitas mudanças fundamentais na sociedade brasileira, pois constata-se problemas sociais graves na educação, saúde, habitação, saneamento e outros diversos.

Sob esta perspectiva, surgem os Negócios com Impacto Social, que são relevantes para mudar a história do Brasil e contribuir para uma construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

Sendo assim, é necessário uma definição clara do conceito de Negócios com Impacto Social bem como sua divulgação, para o conhecimento da população sobre esta nova maneira de se fazer

1IFSULDEMINAS – tacitolemos@gmail.com

2IFSULDEMINAS – paula.maia@ifsuldeminas.edu.br



negócios, espalhando esta ideia e incentivando a criação destes.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Há um crescente aumento de negócios cujo propósito principal é o setor social, através da solução ou, pelo menos, a minimização das problemáticas que estão presentes em nossa sociedade.

Assim, seria importante e relevante uma mudança nos paradigmas dos negócios e do sistema capitalista que está inserido. O lucro sempre foi o propulsor dos negócios e no sistema vivido atualmente sua relevância é notável, porém o lucro predatório, que está acima dos direitos humanos e da dignidade do ser humano deve ser repensado.

Destarte, emerge um novo tipo de organização, que combina dois objetivos anteriormente vistos como incompatíveis: a sustentabilidade financeira e a geração de valor social (TEODÓSIO; COMINI, 2012; MOURA, 2011, apud SCHERER, 2014, p.13).

Além do lucro, deve-se ter em mente a melhoria social. E, através deste pensamento, surge o conceito de Negócios com Impacto Social, os quais procuram ser sustentáveis financeiramente e impactar a sociedade.

Este termo é amplo e irá englobar o Empreendedorismo Social, Negócios para a Base da Pirâmide, Negócios Sociais e Negócios Inclusivos. São conceitos que possuem características em comum, e algumas diferenciações, estando todos eles com o foco em causar um impacto social.

É interessante analisar as diferenciações destes tipos de Negócios com Impacto Social, mas tendo sempre em mente que todos eles terão como foco a solução de problemas enfrentados pela sociedade.

Primeiramente, tem-se o Empreendedorismo Social, que seria diferenciado por possibilitar ou não a distribuição de dividendos, sendo voltado para qualquer consumidor. Já os Negócios Sociais são voltados preferencialmente para pessoas de baixa renda e não irá visar lucros.

Há também os Negócios Inclusivos que incluirão a população de baixa renda no processo de produção, fornecimento ou distribuição, visando lucros e distribuindo os dividendos. E por fim, os Negócios para a Base da Pirâmide que são voltados exclusivamente para a venda de serviços ou produtos para a população da baixa renda, visando lucros e distribuindo os dividendos.

Portanto, os Negócios com Impacto Social se adaptam ao sistema capitalista, criando soluções sociais sustentáveis que poderão ampliar seu poder de transformação, modificando a ética



dos negócios e contribuindo para melhorias constantes.

Para Wilson e Post (2013, p. 715) os negócios com impacto social podem ser vistos como um fenômeno híbrido, ou seja, é tanto uma forma de organização e de prática, que deliberadamente, aproveita a dinâmica de mercado para tratar de questões sociais profundamente enraizadas através da concepção e implementação de um produto ou serviço essencial. (SCHERER, 2014, p. 11)

Desta forma, é interessante perceber que há um movimento para o aumento deste tipo de negócios, seja através de investidores que estão ampliando seus investimentos neste setor e até organizações que propagam este conceito e contribuem para o fomento destes.

3. MATERIAL E MÉTODOS

O material e métodos utilizados foi o da revisão bibliográfica, com a leitura de notícias do EL PAÍS, de artigos científicos, de teses e de dissertações, no intuito de analisar estudos contemporâneos da temática.

A pesquisa bibliográfica ou de fontes secundárias, abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico, etc., até meios de comunicação oral [...] Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato com tudo que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto [...] (MARCONI; LAKATOS, 2016, p. 166).

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Afinal, qual a melhor definição de Negócios com Impacto Social? Ao analisar alguns materiais redigidos na área, ainda nota-se dificuldades de delimitar melhor a definição deste termo, devido à sua grande abrangência e um difícil enquadramento dos negócios na prática.

A sua categorização em Negócios Sociais, Negócios para a Base da Pirâmide, Negócios Inclusivos e Empreendedorismo Social, apresentam a amplitude da definição, mas, ao mesmo tempo, abarcam a diversidade encontrada de negócios no setor social.

Assim, o resultado apresentado foi a definição de uma tese de mestrado embasada em uma pesquisa pragmática sobre este novo tipo de negócio, trazendo o seguinte conceito:

São organizações que visam solucionar demandas relacionadas a problemas sociais a partir de mecanismos de mercado rentáveis, oferecendo produtos/serviços e/ou tecnologias que podem ou não ser diretamente oferecidos à população de baixa renda. Essas iniciativas são criadas para gerar benefícios sociais. (SCHERER, 2014, p. 19).



9ª Jornada Científica e Tecnológica do IFSULDEMINAS

6º Simpósio da Pós-Graduação

ISSN 2319-0124

Este conceito traz em seu núcleo o porquê destes negócios existirem, que seria a necessidade de solucionar demandas relacionadas a problemas sociais, contribuindo desta forma para uma transformação social.

5. CONCLUSÕES

Os estudos recentes sobre Negócios com Impacto Social traz inúmeros desafios, e o primeiro a ser vencido deve ser o entendimento de sua definição (como a que foi apresentada nesta pesquisa). Entende-se também que, definindo as categorias deste, ficará mais prático o desenvolvimento teórico de estudos nesta área.

Para a partir disto desenvolver uma teoria sobre modelos de negócios, rentabilidade, planejamento estratégico e até a própria legislação do Brasil que ainda não acompanhou esta nova mudança, não tendo uma regulamentação diferenciada para determinadas categorias de Negócios com Impacto Social.

O crescimento destes negócios já é uma realidade, e deve-se primar sempre por um incentivo na criação de novos empreendimentos, mensurando o impacto social que ocasionam e propagando estas ideias para todo o território brasileiro.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. São Paulo: Empreende. Atlas, 2016.

EL PAÍS. Brasil despenca 19 posições em ranking de desigualdade social da ONU. **El País**. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2017/03/21/politica/1490112229_963711.html> Acesso em 25.04.2017

SCHERER, Patrícia Cristina. **Entendendo os negócios com impacto social: uma análise dos elementos constituintes do modelo de negócio**. Porto Alegre, 2014. 114 f. Disponível em: <<http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/6910/1/000462525-Texto%2bCompleto-0.pdf>>. Acesso em: 18/04/2017.