

NEGÓCIOS SOCIAIS – UM BREVE RESUMO DA LITERATURA

AZEVEDO, Brian Castelli

Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva – FAIT – Itapeva/SP

RESUMO

Este artigo parte de uma apresentação das diferentes visões sobre o conceito de organização ao longo do tempo. Tem como foco principal o conceito de Negócios Sociais, que se refere a empreendimentos que combinam a lógica empresarial de mercado com a lógica social, ou seja, utilizam mecanismos de mercado com a finalidade de gerar valor social. O objetivo deste estudo é identificar novas alternativas para pesquisas futuras tendo como linha principal o tema Negócios Sociais. A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica de caráter exploratório e como resultado foram identificadas quatro frentes de pesquisa, a primeira diz respeito ao impacto social do empreendimento; a segunda refere-se a captação de recursos, a terceira trata-se da distribuição dos lucros; e a quarta refere-se ao potencial de crescimento do negócio social.

Palavras-chave: Negócios Sociais, Empresas Sociais, Empresas Inclusivas, Empreendedorismo Social

ABSTRACT

This article starts with a presentation of different views on the concept of organization over time. Has as its main focus the concept of Social Business, which refers to projects that combine the business logic of the market with the social logic, i.e. use market mechanisms with the aim of generating social value. The objective of this study is to identify new alternatives for future research having as main line the theme Social Business. The methodology used was the literature review and exploratory character and as a result four areas of research were identified, the first concerns the social impact of the project; the second refers to fundraising, the third area it is the distribution of profits; and the fourth refers to the growth potential of social business.

Keywords: Social Business, Social Enterprise, Inclusive Business, Social Entrepreneurship

1 - INTRODUÇÃO

Visando dar resposta a dicotomia maximização do lucro e visão social, novos modelos de negócios tem surgido. Estes modelos extrapolam as fronteiras entre os três setores: Estado, Mercado e Terceiro Setor, que começam a se tornar mais flexíveis e maleáveis dando origem a modelos híbridos de atividades econômicas com impacto social positivo. Várias

denominações são usadas: Negócios Sociais, Empresas Sociais e Empresas Inclusivas.

Tomando por base o conceito Negócios Sociais, este estudo tem como objetivo fazer uma breve revisão bibliográfica buscando identificar novas possibilidades para futuras pesquisas. Para tanto é necessário entender o processo evolutivo do conceito de organização ao longo do tempo, bem como, os princípios que regem os modelos conhecidos como Negócios Sociais, e por fim, buscar identificar possíveis lacunas ou aspectos polêmicos relacionados ao tema.

2 – CONTEÚDO

Uma organização pode ser definida como um "sistema administrado, projetado e operado para atingir determinado conjunto de objetivos" (Bateman, 1998, p.33), a compreensão do que sejam estes objetivos e mesmo do próprio conceito e visão de organização vem se transformando ao longo dos anos.

A direção do processo de transformação é possível ser observada na evolução das diferentes escolas e abordagens da administração. Morgan (2006) apresenta as organizações a partir de metáforas como: máquinas, organismos, cérebros, culturas, sistemas políticos, prisões psíquicas, fluxos de transformação e instrumentos de dominação. Chiavenato (2004), Bateman (1998) e Maximiano (2004) apresentam o histórico do processo de administrar organizações, partindo das ideias precursoras da administração com os grandes projetos do oriente desde 4.000 a.C., até a revolução industrial no século XVIII, e detalham as principais teorias administrativas, como a Administração Científica com o enfoque na racionalização do trabalho; as Teorias Clássica e Neoclássica que enfocam a organização formal e as funções do administrador; a Teoria Burocrática focando a racionalidade organizacional; a Estruturalista analisando a organização formal e informal; a Teoria das Relações Humanas onde temas como motivação, liderança, comunicação e dinâmica de grupo são aprofundados; a Teoria do Comportamento Organizacional que enfatiza os estilos de administração, as teorias das decisões e a integração dos objetivos organizacionais e individuais; a Teoria da Contingência que foca a análise ambiental e a abordagem de

sistema aberto; finaliza com as novas abordagens na administração como: caos e complexidade, aprendizagem organizacional, capital intelectual, gestão do conhecimento, entre outras.

Em todas estas abordagens percebe-se um processo de maior flexibilização das estruturas organizacionais, maior colaboração dentro e entre as organizações, uma maior valorização da figura humana, através da melhoria das condições de trabalho, maior empoderamento dos colaboradores, desenvolvimento de capital intelectual e social e uma visão mais estratégica e sistêmica.

Reforçando este contexto, Vergara e Branco (2001), em seu trabalho, discutem questões referentes à humanização das empresas. Os autores entendem empresa humanizada como “aquela que, voltada para seus funcionários e/ou para o ambiente, agrega outros valores que não somente a maximização do retorno para os acionistas” (p.20). As empresas mencionadas no trabalho dos autores citados implementaram ações de melhoria na qualidade de vida e de trabalho, bem como, na construção de relacionamentos mais justos e democráticos por meio da eliminação das diferenças de raça, sexo e credo, como também, com a promoção do desenvolvimento e crescimento das pessoas. Com relação ao ambiente externo “as ações dessas empresas buscam a eliminação de desequilíbrios ecológicos, a superação de injustiças sociais, o apoio a atividades comunitárias, enfim, o que se convencionou chamar de exercício da cidadania corporativa” (VERGARA; BRANCO, 2001, p. 20).

Outro paradigma importante atualmente é o do desenvolvimento sustentável. Barbieri *et al* (2010) abordaram este tema tendo como referencial a teoria institucional, onde relatam a surpreendente rapidez com que este conceito foi incorporado, pelo menos no discurso, pelas empresas dos diferentes setores da economia, e mobilizou maior número de chefes de Estado, como aconteceu nos eventos de 1992 no Rio de Janeiro e 2007 em Johannesburg. Os autores introduzem o conceito de organizações inovadoras sustentáveis, baseados na premissa de que com a adesão de um novo paradigma, as organizações devem substituir os meios e práticas antigas por

outras que traduzam os princípios, objetivos e diretrizes do novo paradigma. Eles colocam que

Ao se comprometer com o desenvolvimento sustentável, a empresa deve necessariamente mudar sua forma de atuação para, no mínimo, reduzir os impactos sociais e ambientais adversos. Isso requer uma nova maneira de encarar a inovação, o que leva à ideia de inovação sustentável, ou seja, um tipo de inovação que contribua para o alcance do desenvolvimento sustentável. (BARBIERI et al, 2010, p. 147)

O conceito de “organização inovadora sustentável”, trazido por Barbieri, tem como princípio atender as premissas da sustentabilidade que está baseada em três dimensões: a econômica, a ambiental e a social, ou seja, refere-se à organização que “simultaneamente procura ser eficiente em termos econômicos, respeitar a capacidade de suporte do meio ambiente e ser instrumento de justiça social, promovendo a inclusão social, a proteção às minorias e grupos vulneráveis, o equilíbrio entre os gêneros, etc.” (BARBIERI et al, 2010, p. 150).

As bases da definição acima entram em consonância com o surgimento de novos modelos de negócios. Estes modelos extrapolam as fronteiras entre os três setores: Estado, Mercado e Terceiro Setor, que começam a se tornar mais flexíveis e maleáveis dando origem a modelos híbridos de atividades econômicas com impacto social positivo. Segundo Assad (2012, p. 48), “essas atividades recebem distintos nomes e possuem também distintas formas organizacionais, mas normalmente tem em comum a valorização da combinação da lógica social com a lógica empresarial de mercado.” Estes novos modelos e organizações tem em comum o uso dos mecanismos de mercado a fim de gerar valor social.

Um pioneiro neste modelo de pensamento é o economista Muhammad Yunus, com a implantação do banco Grameen em Bangladesh. Trata-se de um banco voltado ao atendimento da população carente do país com a oferta de microcrédito. Esta população, em função da premissa de não oferecer nenhuma garantia de recuperação dos empréstimos, era rejeitada pelas instituições financeiras tradicionais. Esta experiência provou que o microcrédito

pode ser uma estratégia eficaz no combate a pobreza, e dá sustentação para a proposição da criação de um setor completamente novo, o que ele chama de setor privado orientado para a consciência social.

A experiência do Grameen me levou a pensar que a ganância não é a única mola propulsora da livre empresa. Objetivos sociais podem substituir a ganância por uma poderosa força motivadora. Se forem bem dirigidas, as empresas orientadas para a consciência social podem se sair muito bem no mercado, competindo com as outras baseadas na ganância. (YUNUS, 2002, p. 264)

Fontes e Iwakura (2011) apresentam em seu trabalho histórias de trinta e seis empresários que movidos por uma causa social criaram negócios para ganhar dinheiro e fazer a diferença nas áreas de saúde, educação, inclusão econômica, ambiente, comércio justo e moradia. Relatam que grandes investidores passaram a ter interesses nos negócios com causa e no seu potencial de escala, no Brasil investidores estão aplicando recursos na casa de R\$ 60 milhões em empresas de pequeno porte, com capacidade de crescimento e voltadas para solucionar problemas das classes C, D e E nas áreas de educação, saúde, habitação e serviços financeiros.

São várias as denominações para este novo tipo de empreendimento: Negócios Sociais, Empresas Sociais ou Negócios Inclusivos, segundo Comini (2011, apud Assad, 2012, p. 54), “ao contrário da Europa, onde há predominância do termo empresa social (*social enterprise*), e dos Estados Unidos, onde o mais usual é encontrarmos o termo negócio social (*social business*), nos países em desenvolvimento o termo “negócio inclusivo” é o que aparece com mais força. A proposta basal desses negócios é contribuir com a erradicação da pobreza.”

Esta nova tendência pode envolver diferentes atores da sociedade, segundo Naigeborin (2013, p. 1) são eles:

1. **Empreendedores e lideranças sociais** que identificam nesses modelos a possibilidade de ganhar autonomia financeira, a partir da geração de receitas próprias tanto para a organização como para o público beneficiário das ações.

2. **Empreendedores de negócios e executivos** que, realizados financeiramente em seus negócios tradicionais, querem aplicar seus talentos na criação de modelos de negócios mais inclusivos, combinando lucro e impacto social.

3. **Empresas interessadas em desenvolver negócios com a base da pirâmide** e oferecer produtos e serviços a uma população ainda não atendida pelo mercado.

4. **Investidores de risco** que buscam nichos inovadores de investimento em negócios que também gerem impacto social ou ambiental positivos, também chamados de *impact investors*.

5. **Investidores filantrópicos** que querem o retorno da sua doação, não para obterem lucro, mas para poderem reinvestir em outra iniciativa social.

6. **Empreendedores da nova geração** que, com uma nova visão de mundo e insatisfeitos com as limitações dos modelos tradicionais que separam o “fazer o bem” do “ganhar dinheiro”, criam modelos híbridos para integrar geração de lucro e benefício social, rompendo assim com as tradicionais fronteiras entre setor social e privado.

Um conceito que desponta das colocações acima é o empreendedorismo social, com relação a este conceito, Campos et al (2012) fizeram um levantamento da produção científica brasileira no período de 2000 a 2012 e destacam que pouquíssimos estudos se aprofundaram devidamente sobre o entendimento do empreendedorismo social no Brasil. Colocam que os objetivos do empreendedorismo social apresentados pelos autores levantados são complementares entre si e, como síntese, apresentam como sua finalidade:

....desempenhar um papel que caberia inicialmente ao estado, realizando algum tipo de atividade em uma comunidade que apresenta escassez econômica, impactando no desenvolvimento humano e social de seus integrantes e possibilitando meios para estimular a emancipação desses participantes enquanto cidadãos. (CAMPOS et al, p. 63).

Os autores observam, também, um aumento da quantidade de pesquisas ao longo dos anos analisados, o que demonstra o interesse que este campo de estudo vem despertando na comunidade científica brasileira. Apesar deste aumento Campos et al (2012, p. 85) destacam as seguintes lacunas como oportunidades para o desenvolvimento de pesquisas:

a) *Impacto social do empreendimento*: seria oportuno que futuros trabalhos pesquisassem os possíveis impactos dos empreendimentos sociais, verificando aspectos como: melhora da qualidade de vida, condições de saúde, nível de escolaridade, empregos indiretos gerados, entre outros, no intuito de conhecer a realidade social antes e depois da criação do empreendimento, para verificar se realmente o empreendimento reverberou para o aprimoramento da comunidade;

b) *Captação de recursos*: para auxiliar no desenvolvimento das características do empreendedorismo social no Brasil, seria oportuno estudar os meios de financiamento dos empreendimentos. Há cooperativas e ONG's que conseguem realizar atividades de cunho financeiro, obtendo uma sustentabilidade financeira. Por outro lado, há empreendimentos que são mais dependentes do apoio do governo e de iniciativas privadas.

c) *Patrimônio coletivo*: esse construto é caracterizado pelo acúmulo de uma "riqueza" comunitária. Aqui emerge a indagação se o construto é de fato aplicável ao contexto nacional, visto que as cooperativas e organizações do terceiro setor foram temas dominantes. Isso suscita a necessidade de uma compreensão aprofundada das dinâmicas dos relacionamentos interpessoais existentes, pois é possível que existam relações de poder e controle, que podem gerar assimetrias de informação e impedir a construção do patrimônio coletivo.

Seguindo esta mesma linha de raciocínio, Naigeborin (2013, p.7-8) identifica três questões polêmicas no universo dos Negócios Sociais que suscitariam aprofundamento do conhecimento a respeito. A primeira delas é a distribuição ou não de lucro. A autora coloca que existem duas correntes. A primeira defende que, em um negócio social, os investidores só podem recuperar o capital investido, sem direito a lucro e dividendos. Os lucros devem ser totalmente reinvestidos na empresa e destinados a sua expansão, melhoria

do produto ou serviço, maior eficiência de processos, pesquisa e desenvolvimento (P&D), introdução de novas tecnologias, inovações no marketing e distribuição ou acesso a camadas ainda mais pobres. A segunda corrente defende a distribuição de lucro por entender que esta abordagem possibilita atrair mais investidores e permite a criação de novos negócios sociais na velocidade necessária para superar os desafios sociais existentes no mundo. Além disso, alega que a comunidade empresarial não aceita a ideia de criar negócios sem lucro. A segunda questão de interesse diz respeito ao potencial de crescimento do negócio social e, conseqüentemente, ao seu potencial de geração de impacto social e lucro. Nos modelos existentes, este ocorre de duas formas diferentes: pela expansão do negócio a partir de uma estrutura própria ou pela replicação do modelo para outros parceiros, sócios ou franqueados. E para concluir, o terceiro aspecto de relevância refere-se a governança nos negócios sociais, a autora observa que um negócio social não deve apenas servir as pessoas de baixa renda, mas sim buscar trabalhar com elas para promover mudanças no mundo.

3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho trouxe para discussão o tema dos Negócios Sociais, que contrapõe dois conceitos que a princípio poderiam ser antagônicos, quando se considera o propósito ou razão de ser de uma organização, ou seja, a priorização dos lucros aos seus acionistas/proprietários, ou a finalidade de gerar valor social.

Atentando ao objetivo proposto neste trabalho, foi possível observar indicações de caminhos que podem ser adotados em futuras pesquisas, são eles: **impacto social dos empreendimentos**, os autores levantados ressaltam a importância de se verificar as mudanças em indicadores sociais provocados por estes empreendimentos, aqui pode-se agregar o aspecto governança nos negócios sociais e patrimônio coletivo já que envolve o empoderamento daqueles que são os beneficiários destes negócios; outra frente de pesquisa é a **captação de recursos**, ou seja, o estudo dos meios de financiamento dos empreendimentos; uma terceira frente é a polêmica da **distribuição dos**

lucros, seria interessante saber como esta distribuição está acontecendo nos atuais negócios sociais aqui no Brasil; e por fim, uma quarta frente diz respeito **ao potencial de crescimento do negócio social**, é importante conhecer as possibilidades de expansão do negócio, pois este crescimento está diretamente relacionado ao potencial de geração de impacto social e do lucro, que são os fins ou propósito de ser dos empreendimentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSAD, Fernando Amiky. **Negócios Sociais No Brasil: Oportunidades e Desafios para o Setor Habitacional**. Dissertação (Mestrado) Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2012.

BARBIERI, José Carlos Barbieri; VASCONCELOS, Isabella Freitas Gouveia de; ANDREASSI, Tales; VASCONCELOS, Flávio Carvalho de. Inovação e Sustentabilidade: Novos Modelos e Proposições. **RAE – Revista de Administração de Empresas**. v. 50, n. 2, abr./jun. 146-154 São Paulo, 2010

BATEMAN, Thomas S. e SNELL, Scott A. **Administração: construindo vantagem competitiva**. Tradução de RIMOLI, Celso A. São Paulo: Atlas, 1998. Morgan (2006)

CAMPOS, Teodoro Malta; MARTENS, Cristina Dai Prá Martens; RESENDE, Marcelo Rosa de, CARMONA, Viviane Celina; LIMA, Edmilson. Produção científica brasileira sobre empreendedorismo social entre 2000 e 2012. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.1, n.2, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral da Administração**. Edição compacta, 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

FONTES, Bruna Martins; IWAKURA, Mariana. Eles Querem Mudar o Mundo. **Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios**. Nº 271, Agosto, 2011.

MAXIMIANO, Antonio C. A. **Introdução a Administração**. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MORGAN, Gareth. **Imagens da Organização**. São Paulo: Atlas, 2006.

NAIGEBORIN, Vivianne. **Negócios Sociais: Um Modelo em Evolução**. Disponível em <http://www.artemisia.org.br/negociossociais>. 26 out 2013.

VERGARA, Sylvia Constant e BRANCO, Paulo Durval. Empresa Humanizada: a Organização Necessária e Possível. RAE - **Revista de Administração de Empresas**, v. 41, n. 2, p. 20-30, Abr./Jun. São Paulo, Brasil. 2001

YUNUS, Muhammad. **O Banqueiro dos Pobres**. São Paulo: Editora Ática, 2002.