

Empreendedorismo social (ES) e inovação social (IS)



Apresentação

O empreendedorismo social é um campo voltado a promoção de soluções ou redução dos problemas sociais e/ou ambientais, bem como um movimento mundial que visa a transformação social. Da mesma maneira, surge a necessidade de inovações sociais que consistam em métodos, processos, produtos, serviços, ou na sua combinação, capazes de solucionar problemas socioambientais.

Nesta Unidade de Aprendizagem, você vai diferenciar o empreendedorismo social de outros conceitos, como responsabilidade social empresarial, negócio social, economia social, terceiro setor e negócios inclusivos, identificar o conceito e as características de inovação social, além de descrever o terceiro setor produtivo e suas áreas correlatas.

Bons estudos.

Ao final desta Unidade de Aprendizagem, você deve apresentar os seguintes aprendizados:

- Diferenciar o empreendedorismo social de outros conceitos, como responsabilidade social empresarial, negócio social, economia social, terceiro setor e negócios inclusivos.
- Identificar o conceito e as características de inovação social.
- Descrever o terceiro setor produtivo e suas áreas correlatas.



Desafio

O empreendimento social se caracteriza por uma empresa que, além de produzir lucro, prioritariamente, visa gerar um impacto social. Diferentemente das organizações sem fins lucrativos, ela produz bens e/ou presta serviços, visando atender uma demanda social e/ou ambiental, inclusive, assumindo riscos econômicos

Você participa de um projeto social como professor de marketing digital para os jovens há cinco anos. **Este ano, quatro alunos foram admitidos em uma agência de publicidade, e surgiu a ideia de criar uma empresa de marketing digital.** Ela terá como público-alvo pequenas e médias empresas que desejam causar impacto social no Brasil.



A empresa teria parceria com projetos sociais ligados à área de marketing digital, ofereceria oficinas de empreendedorismo e marketing digital para comunidades carentes com parte do lucro gerado e contrataria seus alunos. Dessa forma, eles teriam uma fonte de renda melhor e conseguiriam cuidar de seus filhos (muitos eram pais adolescentes).

Imagine que a primeira dificuldade encontrada foi a **falta de recursos financeiros**. Por um ano, buscou-se ajuda por meio de instituições financeiras que recusavam o projeto, até que uma empresa privada do setor de propaganda e publicidade se interessou pelo negócio e injetou capital. Em seguida, houve auxílio de mais uma empresa do setor do varejo.

A segunda dificuldade foi **encontrar um lugar onde se pudesse instalar a empresa, pois desejava-se localização próximo da residência dos jovens**. Foi encontrado um galpão abandonado, onde poderiam ser realizadas as oficinas e a prestação de serviço de marketing digital aos seus clientes.

Por fim, você conseguiu abrir sua empresa social, chamada **Marketing Novo**. Ela é composta por **40 jovens, que atuam como consultores de marketing digital** para pequenas e médias empresas, e 8 voluntários para as oficinas.



Hoje, três investidores ajudam financeiramente na operação da empresa, que capta recursos por meio de almoços beneficentes. **Cem jovens são beneficiários nas oficinas de empreendedorismo e marketing digital.** Espera-se que, nos próximos cinco anos, ela atenda 1.000 jovens, tenha em seu portfólio 50 empresas e tenha parceria com 10 projetos sociais na favela onde atuava, na Zona Norte do Rio de Janeiro.

Atualmente, a empresa apresenta lucro, porém o maior propósito é ajudar os jovens a se capacitarem e desenvolverem um trabalho digno e honesto.



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.

Um novo investidor está interessado no projeto. Elabore uma apresentação que demonstre os benefícios que ele teria ao investir na empresa social.



Infográfico

Os empreendimentos sociais passaram a ter diferentes estruturas em virtude da complexidade do mercado. Dessa maneira, surge o setor híbrido, ou 2.5, cuja composição é de empresas com fins lucrativos que prioritariamente possuem objetivos socioambientais. Uma delas é o negócio de impacto.

Os negócios de impacto correspondem a empreendimentos que proporcionam impacto socioambiental e geram lucros de forma sustentável, simultaneamente.

Confira, no Infográfico, as características dos negócios de impacto no Brasil.

NEGÓCIOS DE IMPACTO NO BRASIL

Os negócios de impacto são empreendimentos que têm como missão gerar simultaneamente impacto socioambiental e lucros de forma sustentável. Entenda as diferenças entre Associações ou Fundações (comumente classificadas como "Organizações sem fins lucrativos") e Negócios de Impacto respondendo às questões a seguir:



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.

O que é um negócio de impacto?

O objetivo principal é resolver alguma questão socioambiental?

SIM

NÃO



Empresa ou Organizações sem fins lucrativos



Monitora e reporta periodicamente seu impacto socioambiental?

SIM

NÃO



Empresa ou Organizações sem fins lucrativos



Gera 100% de receita própria e de forma sustentável?

SIM

NÃO



Empresa ou Organizações sem fins lucrativos



Suas decisões consideram os interesses da comunidade, clientes e investidores, ou seja, das partes interessadas?

SIM

NÃO



Empresa ou Organizações sem fins lucrativos



Negócio de impacto

Áreas atendidas pelos negócios de impacto no Brasil em 2019

No Brasil, os negócios de impacto são importantes para a construção e o fomento do setor 2.5, ou híbrido. Em 2019, foi realizado estudo que levantou as principais áreas impactadas por esses negócios no Brasil. Veja quais são:





Conteúdo do livro

O empreendedorismo social compreende iniciativas com fins lucrativos que produzem produtos ou serviços preocupados com problemas sociais. A inovação social é mais ampla e consiste em processos, métodos, produtos, serviços ou a combinação de todos para atender problemas sociais, capazes de beneficiar a sociedade.

No capítulo **Empreendedorismo social e inovação social**, da obra *Empreendedorismo social*, você vai diferenciar o empreendedorismo social de outros conceitos, como responsabilidade social empresarial, negócio social, economia social, terceiro setor e negócios inclusivos, identificar o conceito e as características de inovação social e descrever o terceiro setor produtivo e suas áreas correlatas.

Boa leitura.

EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Adriana Greco Ferreira



s a
g a H

SOLUÇÕES
EDUCACIONAIS
INTEGRADAS

Empreendedorismo social e inovação social

Objetivos de aprendizagem

Ao final deste texto, você deve apresentar os seguintes aprendizados:

- Diferenciar o empreendedorismo social de outros conceitos, como responsabilidade social empresarial, negócio social, economia social, terceiro setor e negócios inclusivos.
- Identificar o conceito e as características de inovação social.
- Descrever o terceiro setor produtivo e suas áreas correlatas.

Introdução

Atualmente, verifica-se a necessidade de inovações que combatam ou minimizem os problemas sociais e ambientais existentes. Assim, surgiram as inovações sociais como forma de desenvolver e fortalecer a sociedade. Ademais, novas formas de negócio foram estruturadas para atender essas demandas, como o empreendedorismo social, que se caracteriza por iniciativas inovadoras com fins lucrativos capazes de solucionar ou minimizar os problemas sociais e beneficiar a comunidade local e global.

Neste capítulo, você vai diferenciar o empreendedorismo social de conceitos como responsabilidade social empresarial, negócio social, economia social, terceiro setor e negócios inclusivos, identificando o conceito e as características de inovação social. Além disso, vai ver como descrever o terceiro setor produtivo e suas áreas correlatas.

Empreendedorismo social e outros conceitos

O empreendedorismo social compreende a criação de iniciativas com fins lucrativos capazes de solucionar ou minimizar os problemas sociais e beneficiar a comunidade local e global. Trata-se de uma atitude inovadora, com

motivação social que pode manifestar-se no setor privado, no terceiro setor ou em organizações híbridas.

Dessa maneira, os indivíduos que criam o negócio social são chamados de empreendedores sociais. Dees (2001) salienta que os empreendedores sociais desempenham papéis de agentes de mudança no setor social ao:

- adotar uma missão capaz de criar e manter um valor social;
- reconhecer e buscar novas oportunidades para atender essa missão;
- envolver-se constantemente no processo de inovação, adaptação e aprendizagem;
- agir com ousadia, desconsiderando a limitação dos recursos disponíveis; e
- ter senso elevado de responsabilidade e transparência com os grupos atendidos e os resultados gerados.

Os empreendedores sociais são revolucionários e reformadores, mas apresentam missão social e almejam mudanças em como as coisas são realizadas no setor social. Além disso, possuem perspectivas ousadas e agem diretamente nas causas dos problemas, reduzindo as necessidades existentes; apesar de agirem localmente, as suas ações possuem potencial para estimular melhorias globais nas áreas escolhidas (DEES, 2001).

A missão do empreendedor social está relacionada ao progresso social e não pode ser reduzida ao retorno financeiro. Apresentar resultado positivo (lucro), criação de riqueza ou atender as necessidades dos consumidores pode fazer parte do modelo, mas como um meio para atingir uma finalidade social. Os empreendedores sociais buscam investimentos de longo prazo, pois pretendem criar melhorias duradouras e formas de sustentar o impacto social ou ambiental (DEES, 2001).



Fique atento

O empreendedorismo social está focado no impacto social ou ambiental, e os lucros são meios de alcançar a sua missão. Por esse motivo, são adotados critérios e métodos de avaliação de desempenho que consideram esses impactos não financeiros.

Os empreendedores sociais veem no problema uma oportunidade, são persistentes, inovadores e desenvolvem modelos e abordagens pioneiros. O empreendedorismo social pode ser visto como utilização de recursos de maneira inovadora para explorar oportunidades capazes de gerar uma mudança social e atender as necessidades humanas de maneira sustentável. A inovação pode ser alcançada a partir de novos modelos e processos organizacionais, de novos produtos e serviços ou de novos pensamentos e desafios sociais (HUYBRECHTS; NICHOLLS, 2012).

Os empreendedores sociais não se limitam aos recursos disponíveis para atingir seus objetivos. Geralmente, lidam com poucos recursos e os potencializam ao atrair novos parceiros e ao trabalhar em equipe. Exploram todas as opções de recursos, desde filantropia até operação comercial no mercado, não estão limitados pelas normas do setor e desenvolvem estratégias que apoiem e reforcem suas missões sociais (DEES, 2001).

Os empreendedores sociais elaboram medidas para garantir a criação de valor, ou seja, buscam compreender os seus consumidores, avaliando corretamente as suas necessidades e os seus valores. Em alguns casos, isso demanda ligações estreitas com essas comunidades. Ademais, os empreendedores sociais consideram as expectativas e os valores dos seus investidores, que podem investir dinheiro, tempo e/ou conhecimentos para ajudá-los. Buscam fornecer verdadeiras melhorias sociais aos seus beneficiários e às suas comunidades, bem como um retorno social e/ou financeiro atrativo para os seus investidores — para eles, é importante o ajuste dos valores dos investidores às necessidades da comunidade. Quando isso é possível, os empreendedores sociais criam mecanismos para reforçar a prestação de contas e avaliam os progressos em termos dos resultados sociais, financeiros e de gestão, e não simplesmente em termos de dimensão, produtos ou processos, usando essa informação para efetuar correções para o alcance dos seus objetivos (DEES, 2001).

Normalmente, as áreas de desenvolvimento do empreendedorismo social são:

- serviços sociais e de saúde;
- educação e treinamento;
- desenvolvimento econômico;
- assistência e ajuda internacional;
- justiça social e mudança política;
- planejamento e gestão ambiental.

O negócio social se caracteriza por uma empresa com fins lucrativos que possui operação comercial e gera lucro, que será reinvestido em sua missão social. De acordo com Anastacio, Cruz Filho e Marins (2018), diferentemente das organizações sem fins lucrativos, esses empreendimentos produzem bens e/ou prestam serviços e assumem riscos econômicos — algumas empresas podem, inclusive, decretar falência. Além disso, têm foco em melhoria contínua de desempenho e métricas e em alcançar sua missão, que permeia sua cultura organizacional.

O empreendedorismo social pode ser considerado uma forma de ação entre os setores público, privado e de sociedade civil, diferente da economia social, que engloba organizações localizadas entre o setor público e empresarial que têm por objetivo fornecer serviços à sociedade. A economia social apresenta um conceito mais abrangente e limitado do que o empreendedorismo social, porque as suas organizações não são necessariamente empreendedoras e estão inclusas somente aquelas que possuem formas jurídicas específicas, como sem fins lucrativos, instituições de caridade, cooperativas e fundações. Dessa maneira, a economia social desconsidera as empresas sociais que não adotaram uma dessas formas jurídicas e que não limitam formalmente a distribuição de lucros.

A economia social compreende um conjunto de práticas econômicas e sociais instituídas na forma de cooperativas, associações, empresas autogestionárias, redes de cooperação, complexos cooperativos, ou seja, práticas materializadas em iniciativas privadas de utilidade pública originárias da sociedade civil. De acordo com Araújo *et al.* (2017), pode ser percebida apresentando interesse social e pouco interesse econômico. Já o empreendedorismo social não é um setor distinto, é um conjunto de organizações e processos híbridos que podem surgir em diferentes espaços institucionais e em diferentes setores.

A expressão negócio social foi introduzida por Muhammad Yunus, fundador do Banco Grameen. Pode parecer semelhante aos princípios do negócio social, uma vez que busca a fusão da criação de valor social e valor econômico em uma mesma estrutura organizacional (ANDRADE *et al.*, 2018). O negócio social é uma iniciativa que tem por objetivo solucionar um problema social e gera receitas suficientes para cobrirem seus gastos. Não depende de doações e os lucros gerados são reinvestidos no negócio; ao contrário do negócio social, o negócio social considera a distribuição do lucro alinhada à missão.



Exemplo

A Yunus Social Business é uma aceleradora e investidora de negócios sociais. O programa de aceleração contempla capacitação, mentoria e pontes com parceiros comerciais. Está presente no Brasil, em Uganda, no Quênia, na Colômbia e na Índia.

Os princípios de responsabilidade social empresarial e negócio social também podem ser confundidos. De acordo com Piveta *et al.* (2019), a responsabilidade social empresarial está relacionada à integração de assuntos socioambientais das organizações em suas operações comerciais e interação com *stakeholders* (ou seja, partes interessadas, como funcionários, clientes, fornecedores, governo, acionistas e proprietários). Dessa forma, as suas práticas podem não ser inovadoras nem empreendedoras como o negócio social. Um outro ponto é que as organizações que adotam responsabilidade social empresarial têm o lucro como principal objetivo, enquanto o negócio social privilegia a sua missão social, e os lucros são considerados meios para o alcance dessa missão.

Os negócios inclusivos compreendem um tipo de negócio que fornece bens, serviços e sustento, envolvendo “[...] a população de baixa renda no processo de desenvolvimento econômico no âmbito da demanda, como clientes e consumidores, e no âmbito da oferta como empregados” (ANDRADE *et al.*, 2018, documento *on-line*). Há um elo entre negócio e população, acarretando um benefício mútuo para a comunidade local. De acordo com Silva e Iiuzuka (2018), eles enfatizam atividades econômicas que integram a população mais pobre na geração de cadeia de valor. Com isso, cada pessoa é responsável pela melhoria da sua condição de vida.

No empreendedorismo social, a relação das pessoas de menor renda com o negócio pode ser auxiliar ou central na cadeia de valor. Nos negócios inclusivos, a remuneração de seus bens e serviços pode ser igual àquela praticada pelo mercado ou até mesmo abaixo dele. No empreendedorismo social, há uma expectativa de retorno financeiro, sem buscar necessariamente a maximização do lucro. Por último, os negócios inclusivos têm como fonte primária de

financiamento as suas atividades comerciais, enquanto o empreendedorismo social pode ter fonte mista (comercial e não comercial).

O crescimento do empreendedorismo social acontece em um momento sensível, em que emerge a necessidade de revisão dos conceitos e de práticas hegemônicas. Ademais, a economia e as entidades precisam inovar e impactar de forma positiva o planeta (ANASTACIO; CRUZ-FILHO; MARINS, 2018).

Inovação social: conceito e características

Para compreender o conceito de inovação social, é necessário refletir, inicialmente, sobre o significado de inovação. De maneira geral, pode-se afirmar que inovação é o processo de transformar oportunidade em novas ideias e colocá-las em prática amplamente disseminada. De acordo com a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD/EUROSTAT, 2005, p. 55), a inovação pode ser a “[...] implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de *marketing*, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas”.

Os resultados das inovações tecnológicas e de processos produtivos assistem diferentes soluções técnicas, que promoveram grandes avanços científicos. Entretanto, elas não contemplam os problemas que geram impactos sociais, objetivo central da inovação social (ASSUNÇÃO; KUHN JÚNIOR; ASHTON, 2018).



Fique atento

Muitas inovações criam benefícios para a sociedade e geram mais valor social que impacto econômico. Um exemplo é a criação do computador, que melhorou produtividade, aprendizagem e criatividade. Não apenas os indivíduos, mas também a sociedade como um todo teve benefícios sociais com o seu advento.

Dees (2001) afirma que inovação não se refere somente a criar algo, pode ser a aplicação de uma ideia já existente de maneira diferente ou em um novo contexto. Os empreendedores não precisam ser inventores, mas necessitam criatividade para aplicar algo que foi criado anteriormente por outrem. A inovação pode dar-se por meio da estrutura de um programa ou pela captação de recursos. Também pode ser a partir de fontes de financiamento, em que os empreendedores sociais buscam soluções inovadoras para que seus negócios tenham recursos que criem valor social. Dessa maneira, a disposição para inovação faz parte das atividades dos empreendedores; não é uma simples explosão isolada de criatividade, é um processo contínuo de exploração, aprendizagem e melhoria. Phills Júnior, Deiglmeier e Miller (2008) acrescentam que a inovação social pode ser um produto, serviço, processo de produção ou tecnologia, um princípio, uma ideia, um movimento social, uma intervenção ou a sua combinação.



Fique atento

O mercado já produz e dissemina inovações comuns. No entanto, é importante a criação de inovações sociais quando há falha no mercado, porque elas são capazes de atender necessidades sociais e de criar valor de uma maneira que ainda não havia sido pensada.

A inovação social não é um assunto exclusivo do setor social: pode ser praticada por organizações governamentais, empresas privadas, organizações com ou sem fins lucrativos, indivíduos e outros. Essa atividade envolve novos modelos de negócio que podem atender às necessidades das populações em situação de vulnerabilidade econômica e/ou social e/ou de saúde e/ou com falta de acesso a direitos garantidos por lei, de maneira eficiente, eficaz e, até mesmo, lucrativa e sustentável. A inovação social cria uma estrutura de baixo custo e canais eficientes de distribuição e, além disso, mistura abordagens comerciais e não comerciais (ajuda financeira). Esses modelos de negócio híbrido superam as limitações comerciais ou de filantropia quando combatem problemas e necessidades sociais.

O processo de inovação social deve estar relacionado à melhoria, já que uma dada solução deve ser mais efetiva e eficiente do que a preexistente. Ademais, ela deve ser mais justa e sustentável por um longo período.

Anastacio, Cruz Filho e Marins (2018) salientam o aspecto referente à amplitude da inovação social: existem inovações sociais amplas, que contemplam a transformação da estrutura em uma determinada sociedade e que podem ser, ou não, adaptadas em diferentes contextos. Entretanto, há outras inovações que podem ser dirigidas a áreas menos favorecidas em uma determinada sociedade.

Existe uma diversidade de conceitos e definições existentes sobre inovação social. Por esse motivo, Tardiff e Harisson (2005) e Maurer (2011) identificaram as dimensões da inovação social que sejam capazes de classificar e mapear casos e contextos nesse tema e levantaram cinco dimensões: transformação, novidade, inovação, atores e processos (Quadro 1).

Quadro 1. Dimensões das inovações sociais

Transformação	Novidade	Inovação	Atores	Processos
Contexto macro/micro <ul style="list-style-type: none"> ■ Crise ■ Ruptura ■ Descontinuidade ■ Modificações estruturais 	Modelo <ul style="list-style-type: none"> ■ De trabalho ■ De desenvolvimento ■ De governança ■ Quebec 	Escala <ul style="list-style-type: none"> ■ Local 	Sociais <ul style="list-style-type: none"> ■ Movimentos cooperativos, comunitários, associativos ■ Sociedade civil ■ Sindicatos 	Modos de coordenação <ul style="list-style-type: none"> ■ Avaliação ■ Participação ■ Mobilização ■ Aprendizagem
Econômica <ul style="list-style-type: none"> ■ Emergência ■ Adaptações ■ Relações do trabalho/ produção/ consumo 	Economia <ul style="list-style-type: none"> ■ Do saber/ conhecimento ■ Mista ■ Social 	Tipos <ul style="list-style-type: none"> ■ Técnica ■ Sociotécnica ■ Social ■ Organizacional ■ Institucional 	Organizacionais <ul style="list-style-type: none"> ■ Empresas ■ Organizações de economia social ■ Organizações coletivas ■ Destinatários 	Meios <ul style="list-style-type: none"> ■ Parcerias ■ Integração ■ Negociação ■ <i>Empowerment</i> ■ Difusão

(Continua)

(Continuação)

Quadro 1. Dimensões das inovações sociais

Transformação	Novidade	Inovação	Atores	Processos
Social <ul style="list-style-type: none"> ■ Recomposição ■ Reconstrução ■ Exclusão/marginalização ■ Prática ■ Mudanças ■ Relações sociais 	Ação social <ul style="list-style-type: none"> ■ Tentativas ■ Experimentos ■ Políticas ■ Programas ■ Arranjos institucionais ■ Regulação social 	Finalidade <ul style="list-style-type: none"> ■ Bem comum ■ Interesse geral ■ Interesse coletivo ■ Cooperação 	Instituições <ul style="list-style-type: none"> ■ Estado ■ Identidade ■ Valores e normas 	Restrições <ul style="list-style-type: none"> ■ Complexidade ■ Incerteza ■ Resistência ■ Tensão ■ Compromisso ■ Rigidez institucional
			Intermediários <ul style="list-style-type: none"> ■ Comitês ■ Redes sociais de aliança/de inovação 	

Fonte: Adaptado de Souza e Silva Filho (2014), Tardiff e Harrisson (2005) e Maurer (2011).

Na dimensão denominada transformação, Tardif e Harrisson (2005) identificaram três perspectivas de análise. A primeira perspectiva enfatiza os conceitos de crise, de ruptura, de descontinuidade em escalas macro e micro, em que as modificações estruturais acarretariam a necessidade de os atores repensarem ações e formularem novas soluções para os problemas econômicos e sociais. A segunda perspectiva está relacionada com a estrutura econômica, que pode passar por adaptações, criação de uma nova produção (emergência) e mudanças nas relações trabalhistas. A terceira perspectiva atua sobre o aspecto social: há uma reestruturação ou reconstrução dos laços sociais, com a adoção de novas práticas e mudanças sobre as relações sociais. Nesse cenário, a inovação surge como soluções novas, que levariam à implementação de novos arranjos institucionais e novas regras sociais (AGOSTINI; SILVA; LANGOSKI, 2015). Tardif e Harrisson (2005) acrescentam que novos programas ou novas políticas públicas podem promover, apoiar ou restringir o aparecimento dessas novas práticas sociais e econômicas que caracterizam a dimensão de transformação da inovação social.

No que tange à dimensão novidade, as inovações podem ser consideradas respostas fornecidas pelas partes às crises e suas soluções inéditas dependendo das suas condições e dos seus meios. Dessa maneira, demandam a implementação de novos arranjos institucionais e normas sociais (SOUZA; SILVA FILHO, 2014) e podem promover, apoiar ou restringir a emergência de novas práticas sociais e econômicas. Essa dimensão é composta pela análise do modelo, da economia e da ação social.

Sobre a dimensão inovação, Tardif e Harrisson (2005) destacam e diferenciam os diferentes tipos de experimentos em inovação social como técnica (utiliza tecnologia para gerar melhorias às pessoas), sociotécnica (combina os interesses das empresas com as demandas sociais), social (desenvolvida pela sociedade civil), organizacional (origem nas empresas) e institucional (oriunda da atuação do Estado). Portanto, a finalidade das inovações pode ser para bem comum, interesse geral, interesse coletivo e cooperação. Ademais, essas inovações sociais apresentam escala local, que pode variar (SOUZA; SILVA FILHO, 2014).

A inovação social pode ser considerada um processo de aprendizagem coletiva devido ao interesse e à cooperação dos diferentes atores envolvidos. Assim, nessa dimensão, eles são considerados no processo de inovação e por suas interrelações.

O processo de avaliação do impacto do projeto compreende uma ferramenta essencial e relacionada à inovação, tendo por objetivo descobrir a existência de alguma inflexibilidade institucional que possa restringir o processo de inovação e a sua difusão (SOUZA; SILVA FILHO, 2014).

Portanto, observa-se que essas dimensões contemplam o processo de inovação social desde a sua criação até a avaliação das suas ações.

Terceiro setor produtivo e áreas correlatas

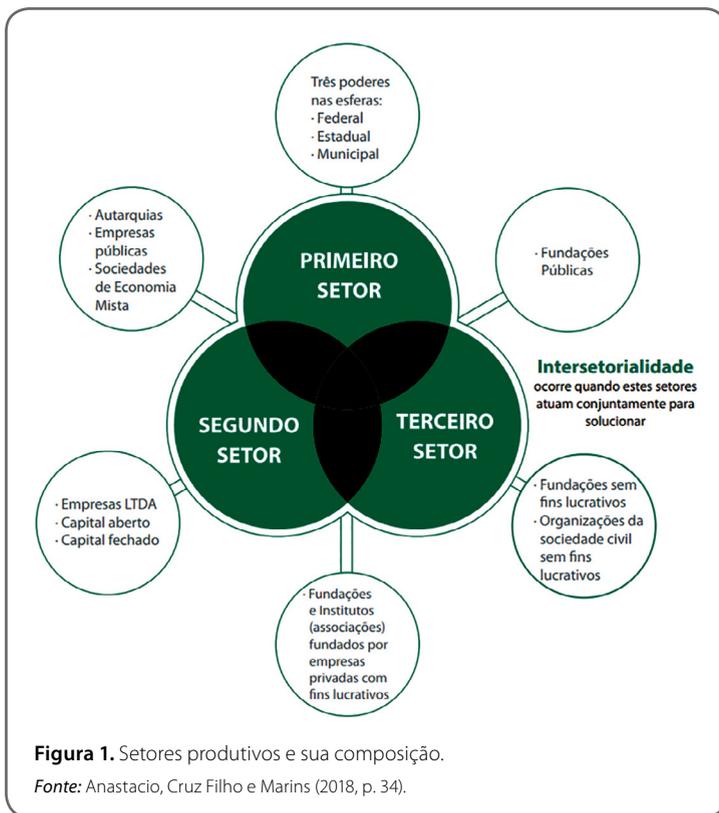
Antes de compreender os setores produtivos, é importante ter claro que a economia social é uma terceira dimensão que está situada entre a economia pública e a economia de mercado, representando um papel importante na equidade e na justiça social.

Devido à globalização e à crescente relação entre o social e o ambiental, os Estados e a sociedade civil perceberam a necessidade de posicionamento para além da eficiência econômica e da atuação de instituições e outros mecanismos de solidariedade para inclusão social, desenvolvimento social e coesão social.

Dessa forma, a economia social pode ser caracterizada como um conjunto de organizações que atuam com cooperativismo e no terceiro setor, negócios

sociais e outros órgãos de solidariedade considerados como outras tipologias de soluções para desafios socioambientais que não cabem na forma institucional (ANASTACIO, 2018).

De acordo com Anastacio, Cruz Filho e Marins (2018), a existência das economias de mercado, público e social originam três setores produtivos em uma sociedade, a saber: primeiro (governo), segundo (organizações da sociedade civil com fins lucrativos) e terceiro (organizações da sociedade civil sem fins lucrativos). A Figura 1 apresenta os setores produtivos e sua composição.



O primeiro setor abrange a atuação do Estado por meio dos seus três poderes (executivo, legislativo e judiciário) nas esferas municipais, estaduais e federais. O segundo setor é composto pelas companhias privadas que têm por finalidade a geração de lucros nas suas atividades. O terceiro setor é formado

pelas organizações de sociedade civil que executam atividades de interesse social. Vale ressaltar que, a partir das interseções entre os setores, surgem outros formatos jurídicos, como:

- autarquias, empresas públicas e as sociedades de economia mista são originárias da interseção entre primeiro e segundo setores;
- associações e fundações, criadas por empresas privadas para atuar em ações de responsabilidade social corporativa, são originárias da interseção entre segundo e terceiro setores;
- fundações públicas, pessoas jurídicas sem fins lucrativos, criadas em virtude de autorização legislativa cujo funcionamento é custeado por recursos da União e de outras fontes, são originárias da interseção entre primeiro e terceiro setores.

O terceiro setor é formado por organizações que apresentam as seguintes características:

- estrutura básica não governamental;
- organização sem fins lucrativos;
- seu objetivo é ofertar serviços públicos;
- inclui empresas privadas, originárias da iniciativa da sociedade civil.

No Brasil, essas organizações são classificadas como associações e/ou fundações, o que lhes permite ter uma gestão própria, o que se distingue das empresas com fins lucrativos e das empresas públicas.

De acordo com Anastacio, Cruz Filho e Marins (2018), devido à complexidade do mercado, os empreendimentos socioambientais passaram a ter outras formas, a partir das quais surgiu o setor 2.5 ou híbrido, que constitui a interseção entre segundo e terceiro setores e que é formado por empresas com fins lucrativos e que apresentam objetivos sociais e ambientais inclusivos. Essas empresas são de negócio social, negócio de impacto e negócio de impacto social.

De acordo com Yunus, Moingeon e Lehmann (2010), o **negócio social** se refere a qualquer empreendimento que objetiva atender um problema social. Seu objetivo é gerar impacto social e, em seu modelo de negócio, o lucro é reinvestido. Por serem empresas privadas, não podem usufruir dos benefícios concedidos pelo Estado às organizações pertencentes do terceiro setor (ANASTACIO, 2018).



Exemplo

Grameen Danone é uma *joint venture* criada pela Danone e pelo banco Grameen que tem por finalidade produzir iogurtes capazes de diminuir a desnutrição infantil em Bangladesh. A população em situação de vulnerabilidade econômica e social é beneficiada com um produto que minimiza a desnutrição, o banco Grameen amplia o seu impacto e a Danone fortalece a sua marca e as suas ações de sustentabilidade. É um típico negócio de impacto em que todos ganham e que tem a participação ativa de uma grande corporação. Para maiores informações, acesse o *link* a seguir.

<https://qrگو.page.link/vZLHG>

De acordo com Força Tarefa de Finanças Sociais (FTFS, 2015), os **negócios de impacto** são empreendimentos que possuem como missão gerar impacto socioambiental e geração de lucros de forma sustentável. Na Figura 2, é possível visualizar a abrangência das organizações que compõem os negócios de impacto.



Pode-se perceber que as organizações de sociedade civil que não geram receitas e que mantêm suas operações mediante doações e as empresas comerciais não se enquadram em negócios de impacto. Dessa maneira, compõem os negócios de impacto as organizações da sociedade civil que geram receita; organizações da sociedade civil associadas a um negócio social; negócio social que reinveste seus lucros podendo, ou não, distribuir dividendos entre

os associados; negócio social que reinveste parte de seus lucros e distribui ou não dividendos. É importante ressaltar que as cooperativas de produção ou comercialização que não estiverem ligadas à geração de impacto socioambiental e as cooperativas industriais e/ou comerciais não se enquadram como negócios de impacto (ANASTACIO, 2018).



Exemplo

O Passeio Engajado é uma empresa de turismo que leva turistas às comunidades carentes em diferentes partes do Brasil, como, por exemplo, favelas cariocas. O projeto gera renda para pequenos negócios, como pousadas e restaurantes, e tem como proposta aproximar os turistas dos habitantes locais e proporcionar renda às comunidades carentes.

De acordo com Barki (2015), o **negócio de impacto social** compreende um modelo de organização híbrido no qual há combinação das competências do setor privado com os conhecimentos de gestão social do terceiro setor. Fornece soluções para problemas sociais e/ou ambientais para populações de baixa renda e gera lucros de forma sustentável. Além disso, pode, ou não, distribuir dividendos entre os seus associados. Na Figura 3, você pode ver como os negócios podem gerar impacto social e/ou ambiental na sociedade.



De acordo com a Figura 3, você pode perceber que os negócios de impacto social buscam diminuir os custos de transação da população, oferecendo bens e serviços a preços baixos. Eles promovem oportunidades de desenvolvimento para fortalecer capital intelectual e social, permitindo a ampliação de possibilidade de aumento de renda. Além disso, minimizam as condições de vulnerabilidade e fortalecem a cidadania e os direitos individuais, contribuindo para uma vida mais digna.



Exemplo

A 4YOU2 é uma escola de idiomas para clientes de baixa renda que tem como missão democratizar o ensino de inglês no Brasil. O seu material didático é digital e as aulas presenciais são realizadas com professores estrangeiros. Estão presentes em três estados brasileiros e contam com oito unidades. A organização consegue beneficiar a população de baixa renda, proporcionando oportunidade de desenvolvimento humano e social, apresenta competências gerenciais e conhecimentos sociais. Para saber mais, acesse o *link* a seguir.

<https://qrqo.page.link/M2cuj>



Referências

AGOSTINI, M. R.; SILVA, P. M.; LANGOSKI, L. M. As dimensões da inovação social: um estudo de caso no instituto oncoguia. *Connexio*, v. 4, n. 2, p. 73-87, 2015. Disponível em: <https://repositorio.unp.br/index.php/connexio/article/view/770>. Acesso em: 11 set. 2019.

ANASTACIO, M. R.; CRUZ FILHO, P. R. A.; MARINS, J. *Empreendedorismo social e inovação no contexto brasileiro*. Curitiba: PUCPRESS, 2018.

ANDRADE, J. C. P. *et al.* Empreendedorismo e negócios sociais: o caso do escritório de projetos da Universidade Estadual de Santa Cruz. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, v. 7, n. 2, p. 169-181, 2018. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/rigs/article/view/25466>. Acesso em: 11 set. 2019.

ARAÚJO, A. S. *et al.* Economia social: estudo de caso sobre gestão no terceiro setor no município de Marabá/PA. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DE SERGIPE, 9, 2017, São Cristóvão. *Anais* [...]. Sergipe: UFS, 2017. Disponível em: <https://www.repositorio.ufs.br/bitstream/riufs/7673/2/EconomiaGestaoTerceiroSetor.pdf>. Acesso em: 11 set. 2019.

ASSUNÇÃO, D. M.; KUHN JÚNIOR, N.; ASHTON, M. S. G. Cidades Criativas e Vila Flores: convergências e semelhanças no modelo de gestão para a inovação social. *Desenvolvimento em Gestão*, v. 16, n. 43, p. 291-321, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/5701>. Acesso em: 11 set. 2019.

BARKEI, E. Negócios de impacto: tendência ou modismo? *GV Executivo*, v. 14, n. 14, 2015. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/viewFile/49183/47996>. Acesso em: 11 set. 2019.

DEES, J. G. O significado do "empreendedorismo social". [S. n.], 2001. Disponível em: <http://www.uc.pt/feuc/ceces/ficheiros/dees>. Acesso em: 11 set. 2019.

FTFS. *Carta de princípios para negócios de impacto no Brasil*. [S. l.]: Força Tarefa de Finanças Sociais, 2015. Disponível em: http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Carta_Principios.pdf. Acesso em: 11 set. 2019.

HUYBRECHTS, B.; NICHOLLS, A. Social entrepreneurship: definitions, drivers and challenges. In: VOLKMANN, C.; TOKARSKI, K.; ERNST, K. (ed.). *Social Entrepreneurship and Social Business*. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2012.

MAURER, A. M. *As Dimensões de Inovação Social em Empreendimentos Econômicos Solidários do Setor de Artesanato Gaúcho*. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011.

OECD/EUROSTAT. *Oslo Manual: guidelines for collecting and interpreting innovation data*. 3rd ed. Paris: OECD Publishing, 2005.

PHILLS JÚNIOR, J. A.; DEIGLMEIER, K.; MILLER, D. T. Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 2008.

PIVETA, M. N. *et al.* Responsabilidade social empresarial na perspectiva dos colaboradores uma análise da produção científica brasileira e internacional no período de 2006 a 2015. *Desenvolvimento em Questão*, v. 17, n. 47, p. 62-80, 2019. Disponível em: <https://revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/6762>. Acesso em: 11 set. 2019.

SILVA, C. S.; ILZUKA, E. S. Mapeamento de negócios sociais e organizações congêneras no Brasil. *Revista de Ciências da Administração*, v. 20, n. 52, p. 123-137, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2018V20n52p123>. Acesso em: 11 set. 2019.

SOUZA, A. C. A. A.; SILVA FILHO, J. C. L. Dimensões da inovação social e promoção do desenvolvimento econômico local no semiárido cearense. In: ANPAD, 38., 2014, Rio de Janeiro. *Anais [...]*. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/GCT283.pdf>. Acesso em: 11 set. 2019.

TARDIF, C.; HARRISSON, D. Complémentarité, convergence et transversalité: la conceptualisation de l'innovation sociale. *CRISES*, n. 513, 2005.

YUNUS, M.; MOINGEON, B.; LEHMANN, L. Building social business models: lessons from the Grameen experience. *Long Range Planning*, v. 43, n. 2-3, p. 308-325, 2010. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0024630109001290>. Acesso em: 11 set. 2019.

Conteúdo:





Dica do professor

Os setores produtivos são importantes para a economia. Em virtude das mudanças do mercado e das novas formas de empreendimento social, surgem os negócios sociais.

Os negócios sociais estão inseridos na dinâmica do setor 2.5, ou híbrido, corresponde à interseção entre o segundo e o terceiro setores e é composto por empresas com fins lucrativos que apresentam objetivos socioambientais inclusivos.

Confira, na Dica do Professor, a importância e a composição do setor 2.5, ou híbrido.



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.



Exercícios

- 1) O empreendedorismo social é um campo que abrange a criação de iniciativas capazes de solucionar ou minimizar os problemas sociais e/ou ambientais, não visa o lucro, mas sim, beneficiar a comunidade local e global. Sobre o empreendedorismo social, é correto afirmar que:
- A) constitui uma empresa sem fins lucrativos que tem operação comercial e/ou industrial.
 - B) não gera lucro sob hipótese alguma, mas produz bens e/ou presta serviços e assume risco econômico.
 - C) sua missão principal está ligada a solucionar ou atenuar os problemas socioambientais.
 - D) pode ser considerado uma forma de ação entre os setores público e privado.
 - E) seu foco está na produção de bens e serviços com geração de receita e fins econômicos.
- 2) Os negócios inclusivos desenvolvem capacidades para que a população de baixa renda produza bens e preste serviços ao mercado. Com relação aos negócios inclusivos, analise as alternativas:
- I. A relação das pessoas de menor renda com o negócio é auxiliar na cadeia de valor.
 - II. A remuneração de seus bens e serviços pode ser igual àquela praticada pelo mercado ou até mesmo menor.
 - III. A fonte de financiamento é comercial.
- É correto o que consta em:
- A) I, apenas.
 - B) II, apenas.
 - C) II e III, apenas.
 - D) I e II, apenas.
 - E) III, apenas.
- 3)

Há diferentes conceitos e definições existentes sobre inovação social. No entanto, existem cinco dimensões relacionadas à inovação social capazes de classificar os casos e contextos sobre o tema. Analise as afirmativas acerca das dimensões da inovação social e assinale V para verdadeiro e F para falso:

() O processo de avaliação do impacto do projeto tem por objetivo identificar a existência de alguma inflexibilidade institucional que possa restringir o processo de inovação e sua difusão.

() A inovação social deve desconsiderar o processo de aprendizagem coletiva, uma vez que há desinteresse dos diferentes atores.

() Na etapa de transformação são enfatizadas três perspectivas de análise. A primeira enfatiza os conceitos de crise, ruptura e discontinuidades em escalas macro e micro. A segunda diz respeito a estrutura econômica, com a possibilidade de adaptações, emergência de uma nova produção e mudanças nas relações trabalhistas. A terceira, envolve a questão social, com a adoção de novas práticas e mudanças sobre as relações sociais.

É correto o que consta em:

A) V, F, V.

B) V, F, F.

C) V, V, F.

D) F, V, F.

E) F, F, V.

4) A existência das economias de mercado, público e social originou o primeiro, o segundo e o terceiro setores. Assinale a alternativa correta:

A) O primeiro setor é formado pelas companhias privadas, que têm por finalidade a geração de lucros nas suas atividades.

B) O segundo setor é composto pelas organizações de sociedade civil, que executam atividades de interesse social.

C) As autarquias, as empresas públicas e as sociedades de economia mista são provenientes da interseção do primeiro e do segundo setores.

D) O terceiro setor abrange a atuação do Estado por meio dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário nas esferas municipais, estaduais e federais.

- E) O terceiro setor apresenta estrutura básica governamental cujo objetivo é ofertar serviços públicos.
- 5) **Devido as transformações sociais, tecnológicas, ambientais, econômicas, culturais, reflexo da globalização dos mercados e a emergência de um novo perfil de consumidor, novos formatos de negócios e formas de empreender tem surgido, a exemplo dos Negócios de Impacto, uma forma de intervenção socioambiental com retorno financeiro. Nas alternativas a seguir, assinale a opção que contenha um tipo de negócio de impacto.**
- A) Organização de sociedade civil sem geração de receita.
- B) Organização de sociedade civil com geração de receita.
- C) Empresas puramente comerciais.
- D) Cooperativas de produção que não geram impacto socioambiental.
- E) Cooperativas industriais.



Na prática

O empreendedorismo social corresponde à criação de iniciativas com fins lucrativos capazes de solucionar ou minimizar os problemas sociais, além de beneficiar a comunidade local e global.

Trata-se de uma atitude inovadora com forte motivação social. O empreendedorismo social pode se manifestar no setor privado, no terceiro setor ou em organizações híbridas.

Neste Na Prática, você encontrará um estudo de caso de um negócio social fictícia que busca empoderar mulheres e valorizar o artesanato brasileiro.

EMPREENDEDORISMO SOCIAL



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.

Dados do Negócio Social:

Nome: **Brasilidade**

10 anos de atuação

Presente na Zona Sul do Rio de Janeiro

Faturamento em 31/12/2018: R\$ 4,5 milhões

Número de colaboradores: 26

Número de artesãs participantes: 2 milhões



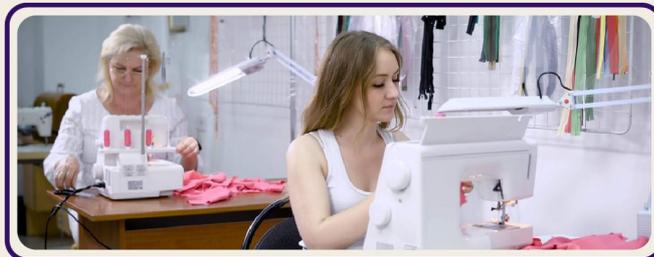
Em 2009, Camila e Mônica abandonaram as suas carreiras em empresas multinacionais para empreenderem socialmente, fundando o negócio social “Brasilidade”

Em uma viagem à Malásia, as duas conheceram negócios sociais que envolviam trabalhos artesanais realizados por mulheres. Ao voltarem para o Brasil, decidiram começar seu negócio social, **cujo objetivo é valorizar o artesanato brasileiro e empoderar as artesãs.**

Para viabilizar o projeto, buscaram patrocínio e fizeram um bazar para vender suas roupas de executivas. Como o dinheiro não foi suficiente, Camila vendeu o carro para investir no projeto. Fizeram uma parceria com algumas artesãs para ensinar a produzir jogos americanos com técnica em jornal. Tentaram vender os itens fabricados em lojas de decoração, mas não deu certo.

Como acreditavam nos produtos, nas pessoas e no projeto, abriram um quiosque em um shopping carioca em 2011 e decidiram criar mais oficinas para produção de artesanato. Nessa época, o negócio social apresentava faturamento de R\$100 mil e tinha 30 artesãs envolvidas.

Em 2015, o negócio social criou o Projeto Escola de Artesãs, uma iniciativa que desenvolve as competências gerenciais das artesãs e as capacita



O empreendimento social tem por objetivo:

- erradicar a pobreza;
- promover educação de qualidade;
- promover igualdade de gênero;
- implantar boas condições de trabalho e crescimento econômico;
- e incentivar consumo e produção responsáveis.

Para viabilizar o projeto, as empreendedoras contam com a ajuda de empresas parceiras, que fornecem as sobras de resíduo têxtil. Além disso, contam com investimento financeiro de algumas empresas.

As empreendedoras planejam aumentar o portfólio de produtos, e todo o lucro é investido no negócio social, a fim de potencializar o seu impacto social.

Hoje, elas conseguem atender pedidos em larga escala e gerar renda para as artesãs.

Os Negócios Sociais são iniciativas que beneficiam a sociedade e ajudam a minimizar os problemas sociais, de maneira sustentável. Estes negócios apresentam retorno financeiro e geram riqueza para a comunidade, e os seus empreendedores são persistentes, inovadores e buscam sustentar o impacto social a longo prazo.



Saiba mais

Para ampliar o seu conhecimento a respeito desse assunto, veja abaixo as sugestões do professor:

O que é Inovação Social? Maleabilidade conceitual e implicações práticas

Leia, neste artigo produzido pelo periódico científico dados, em 2019, questões conceituais e implicações práticas em torno da Inovação Social.



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.

Investimento com propósito e empreendedorismo social (Congresso de Fundos 2019)

Veja o vídeo que mostra o painel apresentado no 10.o Congresso ANBIMA de Fundos de Investimento, realizado nos dias 24 e 25 de abril de 2019, que apresenta a experiência de empreendedores sociais.



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.

Mundo S/A: Empreendedorismo social cresce entre jovens no Brasil

Veja, neste vídeo, o crescimento do empreendedorismo social entre jovens no Brasil.



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.