

NEGÓCIOS SOCIAIS E SEUS IMPACTOS POSITIVOS PARA A POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA, SOB A ÓTICA DA LITERATURA

Lucas de Souza

Docente - Centro Universitário Fametro - Unifametro

lucas.souza@professor.unifametro.edu.br

Área Temática: Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável

Encontro Científico: XI Encontro de Pós-graduação

RESUMO

Vive-se em um momento caracterizado por uma sociedade permeada de preocupações que a cada dia se tornam mais complexas. Dentre essas preocupações estão aquelas relacionadas às práticas empresariais. Nesse sentido, buscam-se novas formas de atuação empresarial voltadas para dirimir impactos socioambientais provocados ao longo do tempo pela própria atuação das organizações. É nesse contexto que surgem os Negócios Sociais ou Negócios de Impacto Social, empreendimentos que alcançam o lucro ao mesmo tempo que causam impactos positivos para as populações de baixa renda. Nesse sentido, a presente pesquisa buscou, a partir de uma breve revisão da literatura, compreender os principais impactos positivos dos Negócios Sociais para a população de baixa renda. Para alcançar o objetivo proposto realizou-se uma pesquisa qualitativa, do tipo bibliográfica e descritiva. Foi possível concluir que Negócios Sociais causam diferentes impactos positivos para a população de baixa renda que vive nas comunidades periféricas. Dentre os diferentes impactos positivos causados por esses empreendimentos para a população de baixa renda estão os seguintes: a) ofertar serviços, produtos e outras soluções que atendam necessidades da população de baixa renda; b) inserir a mão-de-obra das comunidades periféricas em novas oportunidades de trabalho; c) aumentar a renda das pessoas da comunidade.

Palavras-chave: Negócios Sociais; População de baixa renda; Comunidades periféricas.

INTRODUÇÃO

Vive-se em um momento caracterizado por uma sociedade permeada de preocupações que a cada dia se tornam mais complexas. Preocupações que dizem respeito à economia, à política, à corrupção, às guerras intermináveis que assolam diferentes povos e provocam ondas de migrações intensas, ou seja, preocupações com crises de variadas naturezas e em diferentes lugares. Somadas a essas, tem-se preocupações com questões sociais de populações mais pobres, que em pleno século XXI, ainda não têm acesso a bens básicos para a sua sobrevivência como, por exemplo, água, alimentos e moradia. Além das preocupações ambientais de um planeta maltratado por intervenções humanas destrutivas.

Dentre essas diferentes intervenções humanas causadoras de problemas socioambientais, estão aquelas relacionadas às práticas empresariais. Essas práticas, muitas das quais nocivas à

natureza, bem como às populações marginalizadas (BANERJEE, 2011), trouxeram diferentes preocupações quanto a elaboração, execução e o gerenciamento de mecanismos que não comprometam a qualidade de vida da atual e das próximas gerações (DINIZ; BERMANN, 2012). Dentre esses mecanismos estão novas formas de atuação empresarial voltadas para dirimir impactos socioambientais provocados ao longo do tempo pela própria atuação das organizações.

É nesse contexto que surgem os Negócios Sociais ou Negócios de Impacto Social. Esses negócios podem ser compreendidos como empreendimentos que alcançam o lucro ao entregar para o mercado serviços, produtos ou outras soluções voltadas para resolver problemas causadores da pobreza que assola o mundo (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014) e, em especial, problemas vivenciados pelas populações marginalizadas ou de baixa renda.

Nesse sentido, diante da contextualização acima, indaga-se: Como os Negócios Sociais impactam positivamente a população de baixa renda? Para responder à questão de pesquisa, o presente trabalho busca, a partir de uma breve revisão da literatura, compreender os principais impactos positivos dos Negócios Sociais para a população de baixa renda.

METODOLOGIA

Em se tratando de Metodologia, quanto a sua abordagem, a presente pesquisa classifica-se como qualitativa (BERTERO, 2013), uma vez que esse tipo de pesquisa busca compreender fenômenos sociais e organizacionais em profundidade. Justifica-se a classificação de qualitativa para a presente pesquisa, uma vez que ela objetiva compreender um fenômeno organizacional particular que são os impactos positivos que os Negócios Sociais promovem para populações de baixa renda.

Prosseguindo na sua classificação, quanto ao tipo, a presente pesquisa classifica-se como bibliográfica (MARCONI; LAKATOS, 2011), uma vez que se alicerçou na procura e na leitura de fontes teóricas de estudo como, por exemplo, textos, artigos científicos e livros originários, sobretudo, de sites da internet. Ainda em relação ao tipo, o presente estudo classifica-se como descritivo (GIL, 2010), já que se propôs a descrever aspectos caracterizadores de um determinado fenômeno organizacional, o qual trata sobre os diferentes impactos positivos que a atuação dos Negócios Sociais promove para populações de baixa renda que moram em comunidades periféricas.

Em termos de etapas de execução, como se trata de uma revisão de literatura, a presente pesquisa coletou, inicialmente, dados em

materiais teóricos (livros, artigos científicos e outros) advindos de sites (sobretudo, o Google Acadêmico). Buscou-se materiais que versavam sobre “Negócios Sociais”, “população de baixa renda” e “comunidades periféricas”, sendo essas as expressões-chave que foram utilizadas na pesquisa dos materiais de estudo. Após o levantamento, executou-se a leitura desses materiais. Em seguida, procedeu-se a escrita do texto aqui apresentado, a partir dos assuntos evidenciados nos materiais de estudo. Por fim, foram executadas as análises a partir de recortes dos textos de estudo que foram lidos, sendo essas análises os alicerces das compreensões expostas nesse trabalho.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os Negócios Sociais, também chamados de Negócios de Impacto Social ou Empresas Sociais representam novas formas de atuação empresarial que se apresentam na gestão contemporânea. Esses negócios podem ser compreendidos como empreendimentos que alcançam o lucro ao entregar para o mercado serviços, produtos ou outras soluções voltadas para resolver problemas causadores da pobreza que assola o mundo (KIYAMA; COMINI; D’AMARO, 2014) e, em especial, problemas vivenciados pelas populações marginalizadas ou de baixa renda.

Em termos de compreensões mais aprofundadas, é possível encontrar na literatura três correntes principais que caracterizam e compreendem esses negócios ao redor do mundo (COMINI, 2011; KİYAMA; COMINI; D’AMARO, 2014). Primeiramente, a corrente europeia nasce e está alicerçada nos entendimentos da economia social e nomeia os negócios sociais de “empresas sociais” (KIYAMA; COMINI; D’AMARO, 2014, p. 3). Essa corrente está ligada aos princípios do cooperativismo e do associativismo e enfatiza “[...] a atuação de organizações da sociedade civil com funções públicas [...]”, a partir de uma abordagem que privilegia a participação coletiva, a transparência e a governança dessas entidades sociais, já que muitas delas são mantidas com dinheiro público (COMINI, 2011; KİYAMA; COMINI; D’AMARO, 2014, p. 3-4).

Na corrente norte-americana, os negócios sociais podem assumir diferentes formatos jurídicos, apresentando, sobretudo, o duplo objetivo de desenvolver atividades comerciais que geram lucro e que, ao mesmo tempo, atendam a determinados objetivos de impacto social (KIYAMA; COMINI; D’AMARO, 2014). Por fim, a corrente dos países em desenvolvimento nomeia esse tipo de empreendimento de “negócios inclusivos”, compreendendo que esses tipos de negócios devem ser rentáveis e lucrativos,



possibilitando a mobilização de capital e talentos de forma mais intensa (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014, p. 5).

Em termos de impactos positivos para a população de baixa renda, foi possível visualizar que, a partir da atuação e da oferta de soluções para determinadas necessidades sociais, os negócios de impacto social promovem variados benefícios para a comunidade em que se inserem (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014; PORTOCARRERO; DELGADO, 2010). Entre os benefícios, Kiyama, Comini e D'amaro (2014) e Portocarrero e Delgado (2010) evidenciam o aumento da renda, advindo da oferta de novos postos de trabalho e da inserção da mão de obra local, que antes estava desempregada, nos novos negócios que surgem. Além disso, segundo esses autores, o aumento da renda advém da oferta de recursos para que pessoas, antes excluídas da lógica do sistema financeiro, possam empreender e, conseqüentemente, gerar mais postos de trabalho (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014; PORTOCARRERO; DELGADO, 2010). Ainda de acordo com esses autores, com o aumento da renda, outro benefício que surge é a possibilidade de acesso, dos indivíduos de baixa renda, a serviços e produtos antes inacessíveis, dentre outros fatores, devido aos seus valores de aquisição e dificuldades logísticas de oferta (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014; PORTOCARRERO; DELGADO, 2010).

Outro aspecto evidenciado por Kiyama, Comini e D'amaro (2014) e Portocarrero e Delgado (2010) reside na construção de cidadania das pessoas beneficiadas pela atuação desses negócios. Isso é constatado, uma vez que em comunidades pobres ou periféricas “[...] é comum verificar uma grande assimetria de informação, poder e influência que impedem ou dificultam o exercício do conjunto de direitos e deveres [...]” pelos moradores dessas comunidades (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014, p. 6). Assim, os negócios sociais atuam reduzindo essas assimetrias, cortando intermediários nos negócios, oferecendo vias para que as pessoas acessem o mercado formal, bem como “[...] disponibilizando de forma amigável informações importantes para o exercício dos direitos das pessoas [...]” (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014, p. 6; PORTOCARRERO; DELGADO, 2010).

Kiyama, Comini e D'amaro (2014) e Portocarrero e Delgado (2010), por fim, evidenciam o desenvolvimento de capital social como outro impacto positivo promovido pela atuação dos negócios sociais. Esse capital surge a partir da inclusão dos indivíduos na criação de iniciativas econômicas que contribuam com o fortalecimento das relações entre pessoas que formam determinados grupos em uma comunidade (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014; PORTOCARRERO; DELGADO, 2010).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao finalizar a pesquisa, visualiza-se que o objetivo geral está alcançado, uma vez que, a partir das fontes estudadas, foi possível compreender que os Negócios Sociais promovem diferentes impactos positivos para a população de baixa renda. Dentre esses impactos estão: a) ofertar serviços, produtos e outras soluções que atendam necessidades da população de baixa renda; b) inserir a mão-de-obra das comunidades periféricas em novas oportunidades de trabalho; c) aumentar a renda das pessoas da comunidade; d) inserir a população de baixa renda na lógica do sistema financeiro; e) disponibilizar informações que contribuam para que a população de baixa renda possa conhecer e usufruir de direitos básicos.

Por outro lado, mesmo com o objetivo geral sendo alcançado, a presente pesquisa apresenta as seguintes limitações: a) ter sido baseada somente em uma revisão da literatura; b) possuir número reduzido de fontes de estudo; c) não estudar a atuação prática de negócios sociais que existem hoje no mercado. Nesse sentido, recomenda-se para a execução de pesquisas futuras que: a) seja ampliada a quantidade de fontes estudadas; b) se busque conhecer casos reais de Negócios Sociais; c) se busque conhecer a percepção das pessoas que se beneficiam pela atuação desses negócios.

REFERÊNCIAS

- BANERJEE, S. B. Embedding sustainability across the organization: a critical perspective. **Academy of Management Learning & Education**. v. 10, n. 4, p. 384-396, 2011.
- BERTERO, O. A área qualitativa em Ciências Sociais e Estudos Organizacionais. In: TAKAHASHI, A. (Org.) **Pesquisa Qualitativa em Administração: Fundamentos, Métodos e Usos no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2013, p. 7-22.
- COMINI, G. **Mapa de Soluções Inovadoras – Tendências de empreendedores na construção de negócios sociais e inclusivos**. São Paulo: Instituto Walmart; Ashoka, 2011.
- DINIZ, E M.; BERMAN, C. Economia verde e sustentabilidade. **Estudos Avançados**, v. 74, n. 26, p. 323-329, 2012.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 200 p.
- KIYAMA, R. S.; COMINI, G. M.; D'AMARIO, E. Q. Criação de Negócios Sociais no Brasil: Um Estudo Exploratório. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 38., 2014, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2014. 1 CD-ROM. p. 1 - 16. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnANPAD_ESO1074.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2016.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 225 p.
- PORTOCARRERO, F., DELGADO, Á. Negocios Inclusivos y generación de valor social. In: SEKN (Ed.). **Negocios Inclusivos: Iniciativa de mercado com los pobres de Iberoamérica**. Washington, DC: IADB, 2010.