

GERTRUDES A. DANDOLINI
JOÃO ARTUR DE SOUZA
RICARDO PEREIRA
ROSANE MALVESTITI

ORGANIZADORES

INOVAÇÃO SOCIAL
NEGÓCIOS SOCIAIS
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



Pantanal Editora

2020

Gertrudes Aparecida Dandolini
João Artur de Souza
Ricardo Pereira
Rosane Malvestiti
(Organizadores)

Inovação social, negócios sociais e desenvolvimento sustentável



Pantanal Editora

2020

Copyright© Pantanal Editora
Copyright do Texto© 2020 Os Autores
Copyright da Edição© 2020 Pantanal Editora
Editor Chefe: Prof. Dr. Alan Mario Zuffo
Editores Executivos: Prof. Dr. Jorge González Aguilera
Prof. Dr. Bruno Rodrigues de Oliveira

Diagramação: A editora
Edição de Arte: A editora e Canva.com
Revisão: Os autor(es), organizador(es) e a editora

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – OAB/PB
- Profa. Msc. Adriana Flávia Neu – Mun. Faxinal Soturno e Tupanciretã
- Profa. Dra. Albys Ferrer Dubois – UO (Cuba)
- Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – IF SUDESTE MG
- Profa. Msc. Aris Verdecia Peña – Facultad de Medicina (Cuba)
- Profa. Arisleidis Chapman Verdecia – ISCM (Cuba)
- Prof. Dr. Bruno Gomes de Araújo - UEA
- Prof. Dr. Caio Cesar Enside de Abreu – UNEMAT
- Prof. Dr. Carlos Nick – UFV
- Prof. Dr. Claudio Silveira Maia – AJES
- Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – UFGD
- Prof. Dr. Cristiano Pereira da Silva – UEMS
- Profa. Ma. Dayse Rodrigues dos Santos – IFPA
- Prof. Msc. David Chacon Alvarez – UNICENTRO
- Prof. Dr. Denis Silva Nogueira – IFMT
- Profa. Dra. Denise Silva Nogueira – UFMG
- Profa. Dra. Dennyura Oliveira Galvão – URCA
- Prof. Dr. Elias Rocha Gonçalves – ISEPAM-FAETEC
- Prof. Me. Ernane Rosa Martins – IFG
- Prof. Dr. Fábio Steiner – UEMS
- Prof. Dr. Gabriel Andres Tafur Gomez (Colômbia)
- Prof. Dr. Hebert Hernán Soto Gonzáles – UNAM (Peru)
- Prof. Dr. Hudson do Vale de Oliveira – IFRR
- Prof. Msc. Javier Revilla Armesto – UCG (México)
- Prof. Msc. João Camilo Sevilla – Mun. Rio de Janeiro
- Prof. Dr. José Luis Soto Gonzales – UNMSM (Peru)
- Prof. Dr. Julio Cezar Uzinski – UFMT
- Prof. Msc. Lucas R. Oliveira – Mun. de Chap. do Sul
- Prof. Dr. Leandro Argente-Martínez – Tec-NM (México)
- Profa. Msc. Lidiene Jaqueline de Souza Costa Marchesan – Consultório em Santa Maria
- Prof. Msc. Marcos Pisarski Júnior – UEG
- Prof. Dr. Mario Rodrigo Esparza Mantilla – UNAM (Peru)
- Profa. Msc. Mary Jose Almeida Pereira – SEDUC/PA
- Profa. Msc. Nila Luciana Vilhena Madureira – IFPA
- Profa. Dra. Patrícia Maurer
- Profa. Msc. Queila Pahim da Silva – IFB
- Prof. Dr. Rafael Chapman Auty – UO (Cuba)
- Prof. Dr. Rafael Felipe Ratke – UFMS
- Prof. Dr. Raphael Reis da Silva – UFPI

- Prof. Dr. Ricardo Alves de Araújo – UEMA
- Prof. Dr. Wéverson Lima Fonseca – UFPI
- Prof. Msc. Wesclen Vilar Nogueira – FURG
- Profa. Dra. Yilan Fung Boix – UO (Cuba)
- Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – UFT

Conselho Técnico Científico

- Esp. Joacir Mário Zuffo Júnior
- Esp. Maurício Amormino Júnior
- Esp. Tayronne de Almeida Rodrigues
- Esp. Camila Alves Pereira
- Lda. Rosalina Eufrausino Lustosa Zuffo

Ficha Catalográfica

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
158	<p>Inovação social, negócios sociais e desenvolvimento sustentável [recurso eletrônico] / Organizadores Gertrudes Aparecida Dandolini [et al.]. – Nova Xavantina, MT: Pantanal, 2020. 96p.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-88319-12-3 DOI https://doi.org/10.46420/9786588319123</p> <p>1. Inovação Social. 2. Negócio Social. 3. Desenvolvimento Sustentável. 4. Empreendedorismo Social. I. Dandolini, Gertrudes Aparecida. II. Souza, João Artur de. III. Pereira, Ricardo. IV. Malvestiti, Rosane.</p> <p style="text-align: right;">CDD 658.048</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

O conteúdo dos e-books e capítulos, seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva do(s) autor (es) e não representam necessariamente a opinião da Pantanal Editora. Os e-books e/ou capítulos foram previamente submetidos à avaliação pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação. O download e o compartilhamento das obras são permitidos desde que sejam citadas devidamente, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais, exceto se houver autorização por escrito dos autores de cada capítulo ou e-book com a anuência dos editores da Pantanal Editora.

Pantanal Editora

Rua Abaete, 83, Sala B, Centro. CEP: 78690-000.
 Nova Xavantina – Mato Grosso – Brasil.
 Telefone (66) 99682-4165 (Whatsapp).
<https://www.editorapantanal.com.br>
contato@editorapantanal.com.br

PREFÁCIO

Inicialmente, quero apresentar meus mais sinceros agradecimentos pelo convite para prefaciar este livro, declaro de maneira categórica que me fez sentir muito honrada com a tarefa. Igualmente, quero prestar aqui meu reconhecimento pela realização desta publicação cujo título Inovação Social, Negócios Sociais e Desenvolvimento Sustentável expressa os temas centrais dos estudos e pesquisas do Núcleo de Estudos em Inteligência, Gestão e Tecnologias para a Inovação (IGTI), vinculado ao Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPGEGC) e ao Departamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento (dEGC), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

E, na perspectiva de que a obra está alinhada e é coerente com a visão do IGTI, de ser um grupo de pesquisa de excelência em inteligência para inovação e cuja missão é desenvolver ciência e tecnologia que possibilitem criar inteligência para a inovação nas organizações, contribuindo para o desenvolvimento econômico, social e ambiental. Para tal, o núcleo, formado por um grupo multidisciplinar, desenvolve pesquisas teóricas e práticas por meio de projetos e parcerias com empresas e outras instituições promovendo a transferência de conhecimentos e tecnologias em prol das melhores soluções para as questões estudadas. Nesta trajetória, as produções geradas pelo conjunto de pesquisadores/docentes e discentes do núcleo os tem conduzido a desfrutarem, de modo expressivo, do prestígio e do respeito junto à comunidade acadêmica.

Antes de efetuar uma breve apreciação sobre a discussão apresentada em cada capítulo desta obra, gostaria de expor algumas das principais características inerentes aos debates que os estudos apresentam e, que identifico que merecem destaque, e, são elas: o caráter sintético dos relatos e argumentações; a atualidade das referências conceituais, sem contudo, negligenciar as contribuições dos estudos precursores; e, de maneira particular, a relevância acadêmica, técnica científica e social para a conjuntura vivida pela sociedade brasileira. Essas características são notórias e tornam as apresentações didáticas, fato que torna a leitura estimulante e instigante aos especialistas, além de facilitar aos iniciantes e aos leitores em geral uma apreciação instrutiva e prazerosa.

Em relação à forma como a obra foi organizada, enfatizo o que entendo ser um elemento fundamental na composição de uma obra literária que é: o trato de questões relevantes da contemporaneidade como a abordagem dos novos desafios, das oportunidades no horizonte das alternativas e soluções protagonizadas na realidade.

Quanto a sequência adotada na organização do livro e para contextualizar as ideias e apresentar um texto coeso sobre Inovação Social, Negócios Sociais e Desenvolvimento Sustentável ao público, os organizadores elaboraram este e-book seccionado em duas partes principais. A primeira parte, formada por três capítulos, centra-se no debate teórico das categorias centrais, desde a

emergência histórica, suas configurações conceituais e contribuições técnico científicas. Enquanto a segunda parte, que abrange dois capítulos, apresenta relatos de experiências exitosas, representativas e abalizadas pela aplicação da prática dos fundamentos teóricos tratados na primeira parte da obra.

No primeiro capítulo, as autoras, de maneira objetiva e instrutiva, fazem uma contextualização consistente que expõem as bases teóricas da Inovação Social, construindo a narrativa sobre o conteúdo conceitual e debatendo seu potencial para contribuir para superação das condições adversas enfrentadas pelos agentes sociais. No debate, as autoras explicitam que o termo inovação social busca diferenciar essa modalidade de inovação em relação à outras diversas formas, centradas em interesses puramente mercadológicos, em razão do seu propósito em criar valor social para fomentar oportunidades de desenvolvimento de soluções inovadoras, novos arranjos sociais e invenções sociais, no qual a força do coletivo constitui seu poder para implementar transformações direcionadas para o desenvolvimento das comunidades locais, regionais ou globais nas dimensões, social, cultural, econômica e ambiental.

No segundo capítulo, os autores, ao abordarem os negócios sociais em seus elementos principais, exibem um conjunto elaborado de informações que exibem a emergência histórica e a caracterização do conceito e, de modo ilustrativo, pautam os principais desafios e problemáticas vigentes na sociedade (pobreza, desigualdade social, consumismo e desperdício desenfreado, desigualdade de gênero, entre outros). Os autores enunciam o papel dos negócios sociais como aqueles que abrangem um amplo leque de iniciativas, tais como empresas e/ou empreendimentos sociais, negócios com impacto social, tendo como prioridade o foco na missão social pela criação de valor econômico direcionada imperativamente para manter a sustentabilidade social e econômica. Neste capítulo, os autores fazem ponderações coerentes e significativas sobre os enfrentamentos que esse tipo de empresa/empreendimento enfrenta por seu caráter inovador de modelo de negócio, para os quais os marcos regulatórios ainda não foram devidamente estabelecidos, de modo a oportunizar a concessão dos incentivos necessários.

No capítulo terceiro, escrito por três autores, o diálogo argumentativo recai sobre as definições e a contextualização em relação à evolução do conceito de desenvolvimento sustentável e seus direcionamentos práticos no estabelecimento de fundamentos de políticas públicas. Os autores aceitam o complexo desafio de abordar uma questão central para a sociedade atual em todos os quadrantes do planeta: a crise socioambiental que pela força de seus efeitos destrutivos geram limites para as próprias bases de produção da sociedade, comprometem a qualidade de vida de maneira indiscriminada gerando riscos a vastos segmentos sociais, além de ameaçar todas as formas de vida, assim gerando dilemas que alcançam um nível civilizatório. Nesta trilha, os autores apontam que neste domínio predomina uma proliferação de conceitos e controvérsias científicas, e indicam o enfoque

que associa inovação social aos negócios sociais, articulando as diversas dimensões da realidade (econômica, social e ambiental), direcionada para melhoria da qualidade de vida em sociedade, na constituição de um modelo econômico baseada na colaboração que institui cooperativas, negócios sociais e iniciativas informais que se pautam pelas práticas de sustentabilidade. Este capítulo, traz os contornos das valiosas contribuições feitas por Inagcy Sachs, e me fez evocar a experiência de pesquisa em sua equipe na década de 90 (CIRED-Paris).

Na sequência da obra, a segunda parte demarca uma complementação muito bem ordenada na qual são apresentados dois capítulos, que sob o formato de relatos de experiências apresentam exemplos importantes de inovação e empreendedorismo social. O quarto capítulo, versa sobre Inovação Social, numa experiência específica de turismo que incorpora princípios de sustentabilidade e do protagonismo das comunidades na gestão e execução das atividades com a repartição dos benefícios pelos envolvidos. Essa modalidade de turismo integra diferentes tipos de patrimônio (material e imaterial), recriando soluções criativas num determinado território no qual expressam as singularidades das práticas locais centrados na cultura e práticas socioambientais. A experiência de turismo abordada, sob o prisma de Inovação Social, baseia-se na dinâmica cultural como oportunidade que combina estratégias e ação afirmativas de cidadania, que não visam apenas ao lucro, mas contribuem para solucionar problemas locais ou regionais pela criação de redes e participação direta para a geração de planos inovadores que integra o turismo e a comunidade. Um destaque, de grande relevância, apresentada pelos autores indica que a Inovação Social pode ser retratada como um novo modelo para resolver vulnerabilidades regionais e sociais.

O capítulo que encerra a obra, eu diria que o faz com chave de ouro, pois por sua relevância segue o padrão dos capítulos anteriores, neste as autoras narram analiticamente a experiência do projeto Conexão Jovem do Instituto Nexxera, que conforme indicam é uma organização de Inovação Social que pauta suas ações pela agenda dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS, pela instrumentalização de segmentos sociais em condição de vulnerabilidade com ações nas áreas da educação, cultura e esporte. As autoras analisam como o projeto revela o papel da inovação pela via do empreendedorismo social e de processo formativos e educacionais. Outrossim, explicitam o potencial das ações socialmente responsáveis para a partir do empreendedorismo de negócios sociais, alicerçados pela educação empreendedora, pode vir a responder aos limites que vigoram nos territórios, para criar capital humano e impulsionar mudanças e geração de valor social agregado, fomentando o bem-estar coletivo e a construção de cenários sociais mais justos.

Entendo esta obra como um esforço bem-sucedido de debater os desafios contemporâneos em suas complexidades e pluralidades. No qual, os autores, como parte da comunidade científica, encaram o desafio de atuar de maneira ativa e diligente no descobrimento e delineamento de novos

parâmetros técnicos científicos que ordenam as práticas investigativas e as abordagens analíticas. Mediante o exposto, reitero que este livro trata de tema oportuno e de grande relevância e que, portanto, pode ser recomendado tanto para o público especializado, quanto para o público em geral. Ao que busca informações qualificada sobre o tema nesta coletânea encontrará um traço bem delineado dos debates teóricos, bem como de experiências que proporcionam uma reflexão circunstanciada e relevante.

Por fim, entendo que a publicação desta importante obra pelo IGTI/UFSC denota a atuação institucional profundamente engajada junto aos parceiros que atuam nos processos de busca de soluções viáveis e coerentes, orientando suas forças na geração de pesquisas direcionadas pelo compromisso com a excelência acadêmica e relevância social em prol do desenvolvimento com sustentabilidade socioambiental.

Assim, apresento minha demonstração de apreço pelo conjunto de docentes e discentes que fazem parte do IGTI/UFSC, e igualmente professo o prazer de ter tido a oportunidade de contemplar o fruto gerado pelo esforço coletivo dos autores e organizadores e congratular-me por esta empreitada vitoriosa.

Dra. Ma. do P. Socorro Rodrigues Chaves
Docente da Universidade Federal do Amazonas

APRESENTAÇÃO

“A razão pela qual pareço otimista é porque acho que se pode mudar o destino, acredito na mudança humana”. Amartya Sen

Desde que o homem percebeu que para sobreviver necessitava explorar recursos naturais, sua relação com o meio ambiente tem sido desafiadora. Tal relação que deveria ser harmoniosa, há tempos está desequilibrada. A humanidade explora os recursos naturais como se fossem inesgotáveis. Nas últimas décadas, a rápida aceleração industrial tem sido acompanhada de poluição e degradação do meio ambiente. A internalização dos lucros e a socialização dos prejuízos ambientais têm sido a regra, e quem perde é o planeta e as futuras gerações.

Entretanto, o mundo em que vivemos apresenta indícios de que esta forma de exploração é insustentável. Catástrofes, efeito-estufa, desequilíbrio climático, dentre tantos outros eventos sugerem uma nova abordagem pela humanidade.

Em contradição a esta realidade, uma parcela da sociedade, atenta a esta situação de desarmonia, vem promovendo uma nova forma de enxergar a relação do homem com a natureza, visando à exploração de recursos naturais de forma sustentável, produção industrial limpa, dentre outras iniciativas que minimizem as mazelas até então identificadas.

Nas últimas três décadas, a preocupação universal sobre o uso saudável e sustentável do planeta e de seus recursos passou a ser tema de debate da comunidade internacional. A Organização das Nações Unidas - ONU, por exemplo, organizou diversas conferências que geraram um conjunto de princípios, postulados e documentos que orientam a atuação de governos e associações em relação às tratativas a respeito do meio ambiente.

A partir de então, houve uma ampliação do entendimento de que o desenvolvimento sustentável corresponde ao equilíbrio entre crescimento econômico, justiça social e preservação ambiental, refletindo-se em um conjunto de objetivos, denominados Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS que incorporam a necessidade de minimizar problemas sociais, econômicos e ambientais.

Nos últimos anos, em especial com o advento da agenda 2030 e os ODS, a pauta relacionada às questões sociais passou a ter uma maior evidência. Dos dezessete ODS criados, oito deles estão relacionados à área social (pobreza, fome, vida saudável, educação inclusiva, igualdade de gênero, saneamento, energia e redução da desigualdade). A consecução destes ODS demanda um grande esforço dos governos, que na maioria das vezes não adotam as políticas públicas necessárias por falta de vontade política e/ou escassez de recursos.

Alternativamente à atuação estatal, atores da sociedade civil passaram a se mobilizar visando promover novas soluções para problemas sociais e ocupar os espaços deixados pelo Poder Público.

Organizações da Sociedade Civil (OSC) e negócios com missões sociais distintas buscam apoiar os governos nos atendimentos das necessidades coletivas de parcela da população, desassistidas em termos de educação, saúde, segurança, buscando inclusão social, bem-estar, redução da fome e pobreza, entre outras mazelas sociais.

A atuação dessas organizações pode resultar em Inovações Sociais (IS), que é uma resposta a esses desafios sociais, além de ser uma potencial contribuição para o fortalecimento da coesão social. Ações de IS podem gerar soluções alternativas para os mais variados problemas sociais que mitigam seus efeitos e diminuem a vulnerabilidade social.

As IS são um novo olhar, ações para a resolução de problemas sociais (muitos dos citados acima). A essência dessas iniciativas é buscar o bem-estar das pessoas e reduzir as desigualdades sociais, através da construção de relações sociais inclusivas.

Neste sentido, este livro é dividido em duas partes. A primeira apresenta a teoria em relação aos construtos de IS, Negócios Sociais (NS) e Desenvolvimento Sustentável (DS), composta por três capítulos. Cada um traz uma contribuição científica, clarificando suas definições e conceitos, para que se tenha uma leitura agradável e fluída. Na segunda parte, composta por dois capítulos, mostram-se exemplos do quão importante são estes conceitos na prática e elenca algumas possibilidades de aplicação da teoria.

O primeiro capítulo trata da IS, traz uma visão geral do tema, seus principais conceitos, ao mesmo tempo em que aponta as necessidades de estudos que abordem este tema sob perspectivas sistêmicas, de modo a encontrar soluções efetivas para a complexidade adaptativa dos problemas sociais. A partir dos conceitos, emergiu um ponto comum que caracteriza este construto, que é a transformação ou mudança na vida das pessoas envolvidas, quando o problema é solucionado ou amenizado. Desta forma, uma relação entre os atores sociais se estabelece, fortalecendo ainda mais o poder de transformação pelas ações sociais. Isso ajuda a sociedade envolvida promovendo melhorias de forma geral, especialmente de qualidade de vida.

No segundo capítulo enfatiza-se a caracterização, diferenciação e principais desafios sobre os NS. Estas organizações são empreendimentos, a princípio, sem fins lucrativos, tendo como principal missão a resolução de um problema social. A criação de valor econômico e sustentabilidade financeira são fatores que os diferencia das organizações sem fins lucrativos. Sua importância está nos seus objetivos e missão, os quais podem desencadear IS. A ausência de um marco legal e a dificuldade para adquirir sustentabilidade financeira são os principais desafios deste tipo organizacional.

No capítulo terceiro e último capítulo teórico do livro, traz as definições e a contextualização do DS, a Agenda 2030 e os dezessete ODS. Apresenta as ideias de dois importantes pensadores e defensores deste movimento, Maurice Frederick Strong e Ignacy Sachs e aborda suas contribuições.

Além disso, faz uma correlação com a IS e NS. O objetivo do capítulo é trazer o entendimento e propagar o conhecimento sobre este importante tema, pelo fato de que todos devem fazer sua parte para salvar o planeta, preservando-o para as futuras gerações.

O livro, em sua segunda parte, traz a aplicação dos construtos abordados na primeira parte conceitual, sob a forma de relatos de experiências, estudo de caso e temas adjacentes.

O quarto capítulo, aborda a IS de forma prática, sob a perspectiva do turismo que dá origem a alternativas, como ecoturismo e o turismo de base comunitária. Este capítulo apresenta dois pontos relevantes. O primeiro são os aspectos positivos e negativos do turismo, por exemplo, o turismo em massa. No segundo ponto estão os exemplos práticos da junção do turismo com a IS, por exemplo, o caso do estudo sobre ecossistema de turismo inteligente para cocriação de valor sustentável. Os exemplos trouxeram um ponto comum entre turismo e IS de que podem ser favorecidas a economia, além de ser sustentáveis com a preservação da cultura local.

O último capítulo do livro apresenta um relato de experiência do projeto Conexão Jovem. Este projeto teve como objetivo mostrar como a inovação pode amparar o empreendedorismo social por meio da educação. O Instituto Nexxera lançou um desafio, no qual houve a participação de cinco escolas públicas da cidade de Florianópolis/SC. As etapas constaram do contexto organizacional do Instituto Nexxera, a descrição das etapas de aplicação, a dinâmica do projeto, os alunos, entre outras. Durante o desafio Conexão Jovem houve a capacitação dos alunos, acessibilidade aos centros de inovação, apresentação e avaliação das ideias. As melhores ideias receberam o reconhecimento, inclusive valorizadas por premiações. Por fim, o projeto foi avaliado, apontando os principais resultados, com a consecução dos objetivos fixados em suas etapas iniciais.

Atentos a esta realidade e preocupados com a disseminação do conhecimento sobre estes tópicos mencionados, o Núcleo de Estudos em Inteligência, Gestão e Tecnologias para a Inovação (IGTI) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) reuniu no formato de um livro, e-book, as informações mais relevantes sobre os construtos Inovação Social, Negócio Social e Desenvolvimento Sustentável, bem como relacionando-os entre si e com outros temas adjacentes, além de abordá-los na prática. A partir dos capítulos apresentados, este livro pode ser um excelente ponto de partida para entender a relação existente entre esses relevantes temas, em particular dando um enfoque em novas formas de buscar uma transformação social de maneira mais inclusiva.

Este livro não contém todas as repostas para um mundo melhor e mais equilibrado, mas certamente vai auxiliá-lo com as informações relevantes sobre cada um dos temas abordados.

Aos leitores, desejamos uma excelente leitura e reflexão!

Os organizadores.


SUMÁRIO




Prefácio	4
Apresentação	8
PARTE 1	12
Capítulo 1	13
Inovação social: da essência ao seu poder de transformar	13
Capítulo 2.....	30
Negócios sociais: origem, caracterização e desafios.....	30
Capítulo 3.....	42
Desenvolvimento sustentável e sua relação com inovação social e negócios sociais	42
PARTE 2	61
Capítulo 4.....	62
Turismo e inovação social: levantamento de casos na literatura.....	62
Capítulo 5.....	83
Projeto Conexão Jovem - da inovação ao empreendedorismo social por meio da educação	83
Sobre os autores e organizadores	90
Índice Remissivo	95

PARTE 1

Inovação Social, Negócios Sociais, e Desenvolvimento Sustentável: conceitos

Negócios sociais: origem, caracterização e desafios

Recebido em: 31/08/2020
Aceito em: 10/09/2020
 10.46420/9786588319123cap2

Ricardo Pereira 
Carla Zandavalli 
João Artur de Souza 

Em um negócio convencional, tudo é para mim, nada para os outros. Em um negócio social, tudo é para os outros, nada para mim. (Yunus, 2010).

INTRODUÇÃO

As organizações tradicionais buscam de forma incansável fazer frente a seus concorrentes, com vista a obter vantagem competitiva e o lucro decorrente desse posicionamento (Pereira et al., 2021). Entretanto, o ambiente que as cercam sofre com o exaurimento de recursos naturais e sua exploração de forma equivocada.

Com o passar do tempo algumas organizações e a sociedade de maneira geral passaram a enxergar esse modo de atuação dissonante da realidade. Somados a esse contexto, tem-se os vários problemas sociais, como fome, desequilíbrio de renda, consumismo desenfreado, desigualdade de gênero, entre outras tantas mazelas sociais.

Em seu *mínus*, o poder público visa suprir essas necessidades da sociedade. Entretanto, os recursos orçamentários são escassos e demanda a atuação da sociedade civil por meio de organizações não governamentais (nesse segmento têm-se as organizações sociais, organizações da sociedade civil de interesse público, cooperativas, fundações, etc.).

Ao contrário das empresas tradicionais (pertencentes ao segundo setor) e das organizações sem fins lucrativos (pertencentes ao terceiro setor), os negócios sociais (empresas sociais, empreendimentos sociais, negócios com impacto social ou apenas “negócios de impacto”) possuem a missão social como prioridade, tendo a criação de valor econômico prioritariamente como uma condição necessária para manter a sustentabilidade financeira. A ausência de fins lucrativos, na maioria dos casos, e sua atuação altruística caracterizam a peculiaridade destas organizações (Pereira et al., 2021).

Negócios sociais são definidos como um empreendimento concebido para resolver um problema social. Depois de coberto os custos, toda receita excedente é reinvestida no próprio negócio para expansão e melhoria (Yunus, 2010). Apesar de seu imenso potencial como um meio sustentável e

inovador para resolver problemas sociais, este conceito de negócio social concebido pelo professor Muhammad Yunus⁷ permanece incerto para muitos (Ashraf et al., 2018).

Corroborando os seus objetivos e missão, essas organizações podem ter um papel significativo na implementação da Agenda 2030, abordada mais especificamente no capítulo três, sobre desenvolvimento sustentável, através da redução da pobreza, da diminuição das desigualdades e da contribuição para o crescimento econômico sustentável (Negócios Inclusivos: relatório do G20 para cúpula de 2016, 2016). Podem também, contribuir de maneira substancial e multidimensional para o desenvolvimento sustentável por meio da conexão dos segmentos da população de baixa renda com os mercados, impulsionando o emprego e os postos de trabalho decentes e de qualidade (Negócios Inclusivos: relatório do G20 para cúpula de 2016, 2016).

Neste capítulo serão tratados os principais conceitos e concepções sobre negócios sociais no Brasil e no exterior. Por ser um modelo de negócio que necessita de aprofundamento teórico e prático, serão apresentados, também, os principais desafios relacionados à sua gestão e regulação normativa.

NEGÓCIOS SOCIAIS: CARACTERIZAÇÃO

A coletividade possui uma infinidade de necessidades que para serem atendidas demandam um grande esforço dos governos, que na maioria das vezes não adotam as políticas públicas necessárias para sua efetivação, por falta de vontade política e /ou escassez de recursos. Soma-se a este cenário o modelo de produção e consumo existente na atualidade, que gera inúmeras desigualdades sociais.

De modo a preencher essa lacuna, organizações da sociedade civil tentam trazer soluções a população desassistida em termos de educação, saúde, segurança, ente outras. Assim, buscam colaborar com a inclusão social, bem-estar, redução da fome e pobreza, entre outras mazelas sociais. Exemplo destas organizações são os negócios sociais.

Com a inserção da dimensão econômica e da lógica de mercado, modelos de novas organizações que contemplam as dimensões social e econômica, ora opostas, começam a surgir. Desde então, surgem também os novos termos para caracterizar iniciativas que operam na lógica de mercado, porém com objetivos de geração de valor social: empresas sociais, negócios sociais e negócios inclusivos (Roselen et al., 2014).

⁷ Conhecido como o "banqueiro dos pobres", Muhammad Yunus criou, em 1983, o Banco Grameen em Bangladesh. Motivado por sua crença de que o crédito é um direito humano fundamental, seu objetivo era ajudar as pessoas escaparem da pobreza extrema e fornecer empréstimos e educação financeira em condições justas. Yunus e o Banco Grameen foram premiados em conjunto com o Prêmio Nobel da Paz em 2006. O Grameen Bank é um excelente exemplo do que Yunus concebe como um "negócio social" (Kickul et al., 2012).

O termo empresa social (também chamado de negócios afirmativos) começou a ser empregado nos Estados Unidos, quando as organizações não governamentais começaram a expandir suas atividades comerciais (Volkman et al., 2012). Na visão norte-americana, o entendimento do termo engloba organizações de diversos tipos envolvidas em atividades socialmente benéficas.

De acordo com Kerlin (2006) as empresas sociais podem ser definidas como empresas que adequam metas de lucro com objetivos sociais (híbridas), ou organizações sem fins lucrativos que desenvolvem atividades comerciais que ofereçam suporte à execução de sua missão (organizações com fins sociais).

Ademais, Dees (1998) já sinalizava que essas empresas optam por esse modelo, por várias razões, como: o desenvolvimento do capitalismo e a crescente confiança no poder da concorrência e do lucro como promovedores da eficiência e da inovação; a promoção do bem-estar social sem causar dependência aos beneficiados; a busca por fontes de financiamento mais sustentáveis e não provindas de doações; mudança no foco das instituições que destinam recursos às organizações não lucrativas, pois passaram a preferir fomentar empresas com abordagens mais comerciais; e ação de forças competitivas (empresas tradicionais e não lucrativas com orientação de mercado).

Quanto à perspectiva europeia, nascida de uma tradição de economia social, como associações e cooperativas, destaca as atividades de organizações da sociedade civil com funções públicas (Fischer; Comini, 2012). O desenvolvimento de empresas sociais na Europa pode ser entendido em um contexto de novas formas de apoio do governo para as organizações do terceiro setor e atendimento às necessidades sociais, resultantes da evolução profunda das sociedades europeias (Galera; Borzaga, 2009).

Desta forma, define-se empresa social como organizações que executam atividades comerciais com o objetivo de arrecadar fundos para financiar uma atividade social (Galera; Borzaga, 2009). Outra característica provinda da Europa é o modelo de governança que utiliza a lógica de processos de tomada de decisão participativos e transparentes e contam com dinamismo coletivo de diferentes *stakeholders* (beneficiários, funcionários, voluntários, autoridades públicas, doadores, entre outros) que participam do conselho de administração dessas empresas (Galera; Borzaga, 2009; Fischer; Comini, 2012).

O termo negócios social passou a ganhar evidência com o destaque de Muhammed Yunus. O negócio social é definido como uma empresa projetada para resolver um problema social e que tem autossustentabilidade financeira, uma vez que deve gerar renda suficiente para cobrir suas próprias despesas (Yunus et al., 2010).

Os negócios sociais aproximam-se de negócios tradicionais em aspectos como produtos, serviços, clientes, mercados, custos e receitas, porém diferem no seu propósito principal que é servir à sociedade e melhorar as condições de vida de populações de baixa renda ou de alguma forma não atendida pelo o que existe hoje. E, diferenciam-se de organizações não governamentais por buscar

sustentabilidade financeira por meio da venda de produtos e serviços em vez de doações ou outras formas de captação de recursos (Yunus et al., 2010).

O negócio inclusivo, por exemplo, uma das espécies dos negócios sociais, traz como público-alvo a base da pirâmide econômica (BoP). Tem como foco impulsionar as forças do mercado de maneira a integrar BoP nas cadeias de valor globais, para assim melhorar o acesso a produtos e serviços de qualidade, aumentar a produtividade e gerar novas fontes de renda através de oportunidades de trabalho e de sustento decentes (Negócios Inclusivos: relatório do G20 para cúpula de 2016, 2016; Prahalad; Hart, 2002).

Apesar dos termos “empresas sociais, negócios inclusivos e negócios com impacto social, empresas 2.5” apresentarem algumas diferenças peculiares, sua essência está em trabalhar com missões sociais, utilizando da lógica de mercado para se tornarem autossustentáveis. São vários os desafios que essas organizações têm para se manterem operando, desde a sua gestão e governança até sua caracterização jurídica, visto que demandam uma legislação específica.

NEGÓCIOS SOCIAIS: DIFERENCIAÇÃO

Um negócio social pode ser compreendido como “empreendimento concebido para resolver um problema social” (Yunus et al., 2010), mas que deve ser sustentável financeiramente, não com a intenção de gerar lucros, mas sim de criar valor social para a comunidade e para as partes interessadas (clientes, colaboradores, fornecedores, investidores e toda a sociedade) e cobrir, ao menos, seus custos operacionais (Yunus et al., 2010).

Os negócios sociais se concentram no uso de métodos e práticas de negócios para alcançar mudanças sociais positivas. Os negócios sociais promovem objetivos sociais como primários, além de obter lucro, entretanto os lucros são reinvestidos para expandir a própria empresa (Grove; Berg, 2014).

Em um modelo de negócio tradicional, o objetivo principal é gerar valor econômico para os acionistas ou proprietários, já em um negócio social o foco é criar valor social, sendo a criação de valor econômico necessária apenas para manter a sustentabilidade financeira do empreendimento e impulsioná-lo para alcançar sua missão social (Mair; Marti, 2006).

No Quadro 2.1 apresenta-se o espectro da empresa social em comparação com as organizações sem fins lucrativos e as empresas tradicionais. Observa-se que as empresas sociais combinam uma mistura de valores e objetivos sociais com práticas de negócios comerciais. As atividades da empresa social podem ser primordialmente econômicas ou não, mas a missão é mudança social e desenvolvimento (Prabhu, 1999).

Quadro 2.1. O espectro da empresa social. Fonte: Adaptado de Dees (1998).

	Organizações sem fins lucrativos	Empresas sociais / negócios sociais	Empresas tradicionais
Atividade	Puramente filantrópica	Mista	Puramente comercial
Método	Impulsionado pela missão	Impulsionado pela missão e pelo mercado	Impulsionado pelo mercado
Objetivo	Criar valor social	Valor misto	Criar valor econômico

Dependendo dessas três categorias (puramente filantrópica, híbrida, puramente comercial) existem benefícios e retornos diferentes para as partes interessadas que comprometem recursos com uma sociedade empreendimento (Dees, 1998).

Organizações sem fins lucrativos (filantrópicas): o motivo geral dessa categoria de empresas é que elas são motivadas pela missão. Seus métodos e objetivos envolvem o apelo à boa vontade e a criação de valores sociais. Beneficiários (clientes) não pagam nada por suas ofertas de produtos ou serviços. O capital requerido para construir uma empresa filantrópica é comumente gerado por doações e subsídios. A força de trabalho é composta por voluntários. Os fornecedores, geralmente, fazem doações (Volkman et al., 2012).

Negócios sociais/empresas sociais (organizações híbridas): empresas neste domínio têm motivos mistos. Seus métodos e objetivos adotam um equilíbrio entre missão social e orientação para o mercado, a fim de criar oportunidades sociais e valor econômico (Volkman et al., 2012). Os beneficiários (clientes) pagam taxas subsidiadas pelos bens ou serviços ou há uma mistura de pagadores e aqueles que não pagam nada. Os recursos financeiros são captados a partir de capital do mercado. Sua força de trabalho é paga abaixo dos salários de mercado e/ou existe uma mistura de voluntários e funcionários totalmente remunerados. Os fornecedores geralmente oferecem descontos especiais e/ou há uma mistura de contribuições em espécie e preços cheios (Volkman et al., 2012).

Puramente comerciais (empresas tradicionais): essas empresas são completamente orientadas para o mercado. Seus métodos e objetivos são o apelo interesse próprio, incluindo a criação de valores econômicos. Os clientes pagarão os preços de mercado. Os investidores fornecem capital com taxas de mercado. A força de trabalho recebe salários de mercado e os fornecedores cobram preços praticados pelo mercado (Volkman et al., 2012).

Logo, as empresas sociais podem ser diferenciadas e localizadas em uma escala diametralmente oposta entre puramente filantrópicas (empresas sem fins lucrativos, que visam gerar um alto retorno social) e atividades puramente comerciais (empresas com fins lucrativos que buscam um retorno financeiro máximo). Os negócios sociais são modelos híbridos entre esses dois extremos (Dees et al., 2001).

O negócio social como modelo e como campo de estudo acadêmico está intimamente entrelaçado com áreas como empreendedorismo social, administração sem fins lucrativos e desenvolvimento econômico global. Como articulado por Muhammad Yunus, no entanto, o modelo sem perdas e sem dividendos é único e pretendido como uma “terceira via” entre negócios tradicionais e filantropia (Grove; Berg, 2014).

A própria caracterização dos negócios sociais apresenta algumas distorções. Inúmeras são as influências conceituais, entendimentos e nomenclaturas, características de um campo novo e em evolução. Denominações diversas são atreladas a negócios sociais, tais como: empresas sociais, empresas 2.5, empresas base da pirâmide, negócios de impacto ou negócios inclusivos. Neste texto, considera-se cada uma dessas denominações como espécies de negócios sociais. Não obstante à divergência terminológica, um dos pontos de consenso no debate sobre a definição é a de que um negócio social existe para resolução de problemas sociais/ambientais.

Empresas sociais (negócios sociais) aplicam práticas de negócios para atingir objetivos sociais e os empreendedores sociais são considerados como os agentes de mudança. Elas provocam mudanças sociais, com a missão de buscar soluções para os problemas sociais, ambientais e educacionais. O objetivo da empresa social não é gerar lucro, e sim, proporcionar qualidade de vida (Muralidharan; Pathak, 2018).

Com base em Dees, Emerson e Economy (2001) no Quadro 2.2 elencam-se as diferenças entre Organizações sem fins lucrativos, Empresas Sociais e Empresas Tradicionais sob o seu *modus operandi* quanto aos beneficiários, capital e força de trabalho e fornecedores.

Quadro 2.2. O espectro da empresa social. Fonte: Adaptado de Dees, Emerson e Economy (2001).

	Organizações sem fins lucrativos	Empresas sociais / negócios sociais	Empresas tradicionais
Beneficiários	Não pagam nada	Taxas subsidiadas ou mistura de pagadores e aqueles que não pagam nada	Pagam valores de mercado
Capital	Doações	Taxas abaixo dos valores de mercado	Taxas praticadas pelo mercado
Força de trabalho	Voluntários	Salários abaixo do mercado ou mistura de voluntários e pessoal remunerado	Salários praticados pelo mercado
Fornecedores	Em doações	Descontos especiais	Valores de mercado

Organizações sem fins lucrativos (filantrópicas): beneficiários (clientes) não pagam nada por suas ofertas de produtos ou serviços. O capital requerido para construir uma organização filantrópica é comumente gerado por doações e subsídios. A força de trabalho é composta por voluntários. Os fornecedores fazem doações (Dees et al., 2001).

Empresas sociais/negócios sociais (organizações híbridas): os beneficiários (clientes) pagam taxas subsidiadas pelos bens ou serviços ou há uma mistura de pagadores e aqueles que não pagam nada. Os recursos financeiros são captados abaixo das taxas de mercado. Sua força de trabalho é paga abaixo dos salários de mercado e / ou existe uma mistura de voluntários e funcionários remunerados. Os fornecedores geralmente oferecem descontos especiais e/ou há uma mistura de contribuições em espécie e preços completos (Dees et al., 2001).

Empresas tradicionais (negócios comerciais): essas empresas são completamente orientadas para o mercado. Seus métodos e objetivos são o apelo interesse próprio, incluindo a criação de valores econômicos. Os clientes pagam os preços de mercado. Os investidores fornecem capital com taxas de mercado. A força de trabalho recebe salários de mercado e os fornecedores cobram preços praticados no mercado (Dees et al., 2001).

Ademais, Yunus define um negócio social com sete princípios a seguir:

1. o objetivo comercial será superar a pobreza ou um ou mais problemas (como educação, saúde, acesso à tecnologia e meio ambiente) que ameaçam as pessoas e sociedade; não maximização do lucro;
2. sustentabilidade financeira e econômica;
3. os investidores recuperam apenas o valor do investimento. Nenhum dividendo é dado, além do dinheiro de investimento;
4. quando o valor do investimento é pago, o lucro da atividade permanece na empresa para expansão e melhoria;
5. ambientalmente consciente;
6. a força de trabalho recebe salário de mercado com melhores condições de trabalho; e
7. faça com alegria!

À luz desses sete princípios, Yunus (2010) distingue claramente um negócio social de empreendedorismo social. Esse último se refere a uma pessoa que possui iniciativa, visando consequências sociais que são criadas por esse empreendedor, com uma visão social. Essa iniciativa pode ser não econômica, de caridade, ou, até mesmo, um negócio com ou sem lucro. Os negócios sociais, por sua vez, são um tipo muito específico de negócios - uma empresa sem perdas e sem dividendos com um objetivo social. Uma empresa social pode perseguir objetivos semelhantes aos buscados pelos empresários, mas a estrutura específica de negócios sociais o torna distintivo e único.

Um negócio social é um modelo de negócios que não procura maximizar os lucros, pois seu foco principal é buscar a sustentabilidade financeira e o impacto social (Beckmann et al., 2014). Como modelo autossustentável, uma empresa social vende bens ou serviços e reembolsa os investimentos de seus

proprietários; no entanto, seu principal objetivo é servir a sociedade, capacitando e melhorando a vida das pessoas.

NEGÓCIOS SOCIAIS: PRINCIPAIS DESAFIOS

O negócio social é concebido como uma nova iniciativa empreendedora que une o propósito social tradicionalmente associado ao setor sem fins lucrativos, com a criação de valor tradicionalmente associado a organizações com fins lucrativos.

Esse novo modelo de empreendimento depende das características e condições econômicas dos países individualmente, em especial da estrutura legal, política, sociocultural, tecnológica e ecológica (Volkmann et al., 2012). Com relação ao grau de bem-estar, existem diferenças significativas em todo o mundo, especialmente entre os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento. Por isso, os modelos de negócios e crescimento das empresas sociais podem variar desde o nível global até o nível local.

Outro desafio enfrentado por esse tipo de empreendimento relaciona-se a sua sustentabilidade financeira, conforme leciona Naigeborin (2010, p. 08):

A sustentabilidade financeira é um dos pontos mais críticos para a maioria dos negócios sociais. É comum que estes tardem mais a alcançar seu ponto de equilíbrio do que uma empresa tradicional. Dentre as inúmeras razões, destaca-se o fato de estarem desenvolvendo novos mercados - novos produtos ou serviços, novos processos ou novos públicos - sobre os quais ainda existe pouca referência. Isso os obriga a desenvolver e testar modelos novos, seja na produção, promoção ou distribuição do produto ou serviço.

Corroborando o viés da sustentabilidade financeira, Barki, Izzo e Torres (2013) advogam que o campo regulatório, bem como a complexa estrutura tributária constitui uma dificuldade importante para quase todas as empresas que atuam no Brasil. Porém os autores ressaltam que na área dos negócios sociais tais barreiras podem ganhar consequências ainda maiores, pois as empresas que atuam no campo trabalham, em geral, com margens unitárias mais baixas, buscando crescer por meio de ganhos de escala.

Por se tratar de um tipo organizacional recente, os negócios sociais enfrentam um enorme desafio de não ter à disposição uma legislação específica para regulamentar sua atuação. O ordenamento jurídico brasileiro já possui regramentos para as organizações sem fins lucrativos (OS's - Lei nº 9637/1998, OSCIPS - Lei nº 9790/1999, cooperativas - Lei 5764/1971, Fundações - Lei nº 13.151/2015).

Ademais, o Código Civil Brasileiro (Lei nº 10.406/2002), traz um rol de pessoas jurídicas de direito privado, entre elas as associações e fundações, que são geralmente as pessoas jurídicas atreladas às organizações sem fins lucrativos; e as sociedades, que exploram atividade econômica. Da mesma forma, a Constituição Federal de 1988, elenca as possibilidades de atuação das organizações sem finalidade lucrativa nas áreas da saúde, assistência social, educação e cultura (Brasil, 1988).

Como é perceptível, não existem no arcabouço jurídico regramentos próprios para os negócios sociais. Apesar de terem a missão social como fim imediato, o que a colocaria mais próximo de uma organização do terceiro setor, por buscar a sustentabilidade financeira e inevitavelmente superávit decorrente de sua atuação, esses negócios possuem particularidade das empresas tradicionais, enquadrando-se, portanto como tal.

Assim, tais organizações possuem uma forma de gestão própria que se distingue das empresas privadas com fins lucrativos e das organizações não governamentais, mas perante as normas jurídicas devem seguir as mesmas regras das empresas tradicionais.

Na Figura 2.1 contempla-se a composição dos setores econômicos, levando em conta o que dispõe o Código Civil Brasileiro.

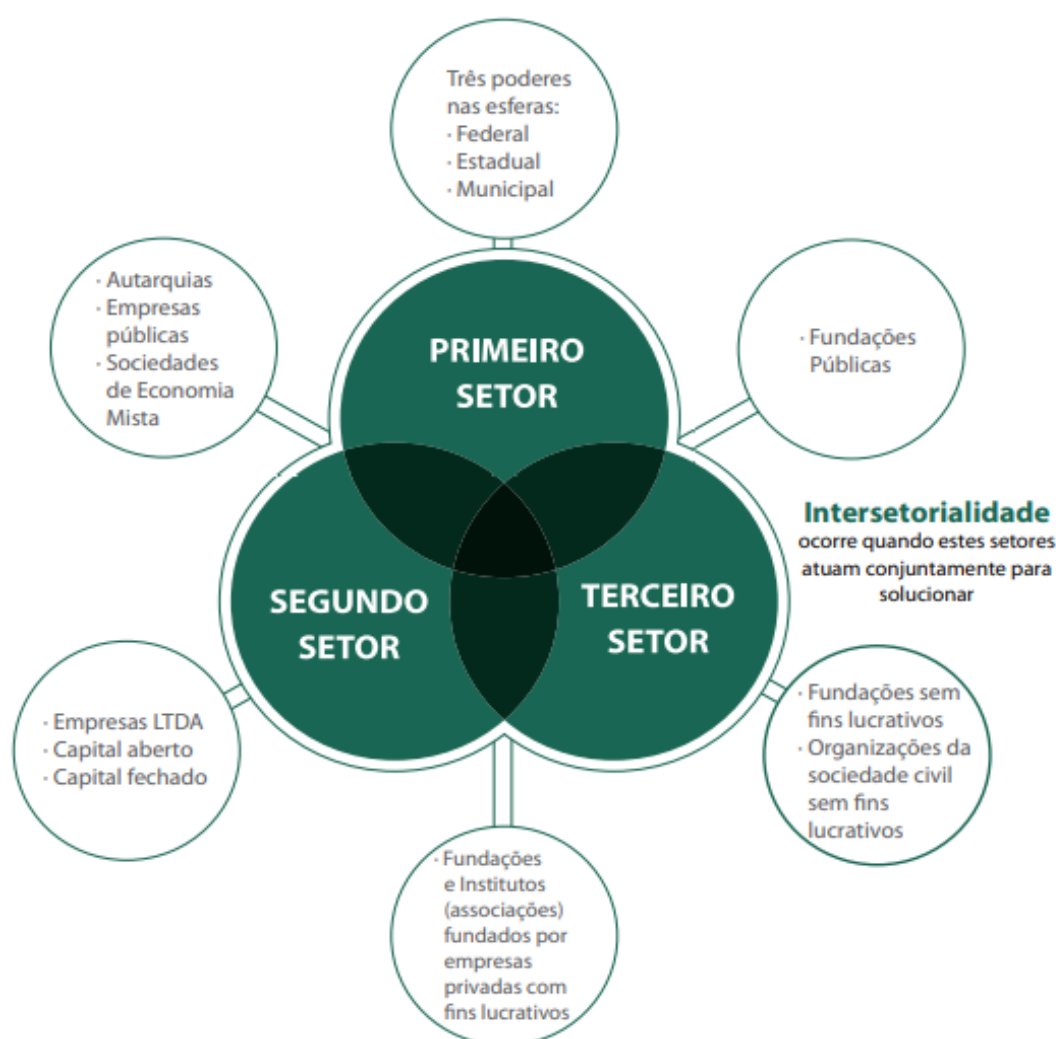


Figura 2.1. Setores e tipos de organizações que atuam no contexto brasileiro. Fonte: Anastácio, Cruz Filho e Marins (2018, p. 33).

Pode-se observar na Figura 2.1 que existem outros formatos jurídicos de organizações que se encontram na intersecção entre os três setores, a saber (Anastacio et al., 2018):

- entre o primeiro e o segundo setores, encontram-se as Autarquias, as empresas públicas e as sociedades de economia mista;
- entre o segundo e terceiro setor estão as associações e fundações, que são criadas por empresas e que prezam pelas ações de responsabilidade social corporativa;
- entre o primeiro e o terceiro setores estão as fundações públicas pessoas jurídicas de direito privado, com autonomia administrativa, patrimônio próprio gerido pelos respectivos órgãos de direção, sem fins lucrativos, que desenvolvem atividades que não exijam execução por órgãos ou entidades de direito público, e cujo funcionamento é custeado por recursos da União e de outras fontes.

Porém, os negócios sociais, mesmo tendo como foco principal a missão social, diferem-se das organizações do terceiro setor pelo fato de gerarem receita para manter suas atividades e contar com a possibilidade de distribuir ou não lucros entre os sócios. Desta forma, no Brasil, os negócios sociais constituem-se juridicamente como empresas privadas (ainda não há legislação específica no país para os negócios sociais), o que não lhes permite usufruir de benefícios concedidos pelo Estado às organizações pertencentes ao terceiro setor (Associações e Fundações) (Anastacio et al., 2018).

Outro desafio dessas organizações é medir o impacto de sua atuação perante a sociedade e seus investidores. Pois, se essas empresas têm como foco principal cumprir sua missão social, conhecer os resultados de sua atuação é extremamente relevante para todas as partes interessadas. O impacto pode ser definido como a mudança ou o efeito criado por uma empresa social, que pode direta ou indiretamente mudar ou transformar um sistema social (Mair; Sharma, 2012).

Porém, mensurá-lo torna-se um dos maiores desafios para profissionais e pesquisadores da área, pois pode não ser a medida em si o problema, mas como as medidas podem ser usadas para "quantificar" o desempenho e o impacto do dessas organizações (Mair; Martí, 2006). O estudo de Zandavalli e Dandolini (2019) confirma que a medição do impacto social é socialmente construída e significativamente moldada pela natureza e pela dinâmica das relações entre as empresas sociais e seus provedores de recursos. As empresas admitem que realizam a medição ou impacto com métodos validados quando esse é um requisito obrigatório exigido por seus financiadores, senão utilizam da bricolagem para fornecer os resultados.

Os desafios, conforme elencados, transitam desde a dificuldade na sustentabilidade financeira até a própria gestão e comprovação de métodos formais que demonstrem seu impacto na sociedade. A criação de normativas tributárias, jurídicas e de prestação de contas específicas a esse tipo de organização poderia auxiliá-las a crescer, bem como aumentar o seu número de investidores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os negócios sociais despontam como novo modelo de negócio, que diferentemente dos negócios tradicionais e daqueles sem fins lucrativos, possuem características particulares que os diferenciam.

Do ponto de vista acadêmico, há vários termos utilizados para defini-los que se diferenciam em algumas formas de atuação e características de público-alvo, mas que consensuam quando se trata de sustentabilidade econômica e missão social, mister destas organizações.

Quanto a sua caracterização, concluímos que os negócios sociais são um gênero, da qual as empresas sociais, empresas 2.5, empresas base da pirâmide, negócios de impacto ou negócios inclusivos, seriam espécies. Esta forma de conceituação resolveria a controvérsia quanto à definição desse tipo organizacional híbrido.

Quanto aos desafios relativos à gestão, os negócios sociais apresentam dificuldade de angariar recursos para alcançar o equilíbrio entre a sustentabilidade econômico-financeira e sua missão social; ausência de recompensas financeiras para motivar os colaboradores; dificuldade de identificar pessoas que comunguem dos mesmos objetivos institucionais visando à missão social. Observou-se, também, que devido a esse tipo de empresa ser um modelo de negócio relativamente novo, há falta de um marco regulatório que oportunize incentivos similares aos recebidos por organizações sem fins lucrativos.

Por fim, há um amplo campo para imersão e estudo do tema, tanto do ponto de vista acadêmico, para melhor caracterizar essas organizações e ferramentas de gestão, como do ecossistema, do ponto de vista jurídico, que facilitem a gestão e criação de organizações com estas peculiaridades.

REFERÊNCIAS

- Ashaf M, Razzaque M, Liaw S, Ray P, Hasan M (2018). Social business as an entrepreneurship model in emerging economy: Systematic review and case study. *Management Decision*, 57(5): 1145-1161.
- Anastacio MR, Cruz Filho P, Marins J (2018). *Social e inovação social no contexto brasileiro*. PUCPRESS.
- Barki E (2015). Negócios de impacto: tendência ou modismo?. *GV-executivo*, 14(1): 14-17.
- Barki E, Izzo D, Torres H (2013). *Negócios com impacto social no Brasil*. São Paulo: Editora Petrópolis Ltda.
- Beckmann M (2012). The impact of social entrepreneurship on societies. In: Volkmann C, Tokarski K, Ernst K (eds) *Social Entrepreneurship and Social Business*. Gabler Verlag, 235-254.
- Bengo I, Arena M, Azzone G, Calderini M (2016). Indicators and metrics for social business: a review of current approaches. *Journal of Social Entrepreneurship*, 7(1): 1-24.
- Dees JG (2019). Enterprising Nonprofits. *Harvard Business Review*, 76(1).

- Dees G, Emerson J, Economy P (2001). *Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs*. John Wiley & Sons, New York.
- Brasil (1988). Constituição Federal. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.
- Fischer RM, Comini G (2012). Sustainable Development: From Responsibility to Entrepreneurship. *Revista de Administração da USP*, 47(3): 363-369.
- Gilbert E, Marwaha S, Milton A, Johnson S, Morant N, Parsons N, Fisher A, Singh S, Cunliffe D (2013). *Social firms as a means of vocational recovery for people with mental illness: a UK survey*. BMC Health Serv Res.
- Grove A, Berg G (2014). *Social Business: theory, practice, and critical perspectives*. Springer-Verlag. Berlin Heidelberg
- Kerlin J (2006). Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17(3): 246-262.
- Kickul J, Terjesen S, Bacq S, Griffiths M (2012). Social business education: An interview with Nobel laureate Muhammad Yunus. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3): 453-462.
- Mair J, Marti I (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1): 36-44.
- Mair J, Sharma S (2012). Performance Measurement and Social Entrepreneurship. In: Volkmann C, Tokarski K, Ernst K (eds) *Social Entrepreneurship and Social Business*. Gabler Verlag, 175-189.
- Muralidharan E, Pathak S (2018). Sustainability, transformational leadership, and social entrepreneurship. *Sustainability*, 10(1): 567-589.
- Naigeborin V (2010). Negócios sociais: um modelo em evolução. Set. 2010. Disponível em: <http://artemisia.org.br/conteudo/frentes/conhecimento/interna-conhecimento.aspx?id=217>. Acesso em: 26 de março de 2020.
- Negócios inclusivos: relatório do G20 para cúpula de 2016. (2016). PNUD & World Bank Group. Recuperado em 10 de setembro de 2019, de <http://www.iniciativaincluir.org.br/Public/upload/ckfinder/files/Relat%C3%B3rio%20do%20G20%20Neg%C3%B3cios%20Inclusivos%20para%20a%20C%C3%Bapula%20de%202016.pdf>, 2016.
- Pereira R, De Oliveira Massad D, Dandolini GA, Falavigna G, De Souza JA, Mafra Lapolli É (2021). Leadership in Social Business: A Needed Context. In: Pereira L, Carvalho J, Krus P, Klofsten M, De Negri V (eds) *Proceedings of IDEAS 2019*. IDEAS 2018. Smart Innovation, Systems and Technologies, vol 198. Springer.
- Prabhu G (1999). Social entrepreneurial leadership. *Career Development International*, 4(3): 140-145.
- Prahalad CK, Hart S (2002). The Fortune at the Bottom of the Pyramid. *Strategy + Business*, 1: 26.

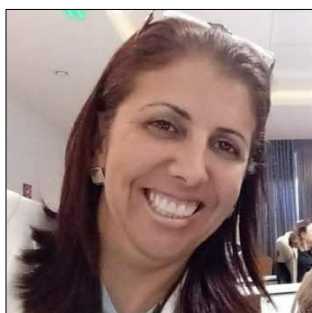
- Rosolen T, Tiscoski GP, Comini GM (2014). Empreendedorismo social e negócios sociais: um estudo bibliométrico da publicação nacional e internacional. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, 3(1): 85-105.
- Volkman CK, Tokarski KO, Ernst K (2012). Background, characteristics and context of social entrepreneurship. In Social entrepreneurship and social business. *Gabler Verlag*, 3-30.
- Yunus M (2010). *Criando um negócio social: Como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Yunus M, Moingeon B, Lehmann-Ortega L (2010). Building social business models: Lessons from the Grameen experience. *Long Range Planning*, 43(2-3): 308-325.
- Zandavalli C, Dandolini G (2019). Indicadores e Métricas para Mensurar o impacto Social em Empresas e Negócios Sociais: Revisão Integrativa da Literatura. *XXII SEMEAD: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – FEA (USP)*.

SOBRE OS AUTORES E ORGANIZADORES



CARLA ZANDAVALLI

Doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2004). Possui Bacharelado em Administração de Empresas pelo Centro Universitário de Maringá (2015) e graduação em Tecnologia em Processamento de dados pela Fundação Universidade do Contestado - Campus Concórdia (1997). Foi professora dos cursos de Bacharelado em Administração, Tecnologia em Processos Gerenciais e Logística e coordenadora de Curso Superior em Logística. Tem experiência na área de logística nacional e internacional, em empresa privada, por mais de 4 anos, e gestão da qualidade aplicada em serviços. É funcionária pública do Instituto Federal Catarinense, Reitoria - Blumenau, desde 2010, com experiência na Coordenadora de Registros Acadêmicos, Assessora de Relações Internacionais e coordenação do Núcleo de Inovação (Setor-Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação). Contato: carlainaciodacunha@gmail.com.



CARLA INACIO DA CUNHA

Consultora em Sustentabilidade Humana e Organizacional, com formação em Serviço Social (2000) pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), possui especialização em Gestão Estratégica de Pessoas (2004) pelo Instituto Nacional de Pós Graduação e Administração e Planejamento de Projetos Sociais (2006) na Universidade Gama Filho, é também Coaching pelo IDECOH (2016). Em 2019 foi aluna especial do Mestrado em Engenharia e Gestão do conhecimento (EGC), e atualmente é membro do grupo de pesquisa em Inovação Social da UFSC. Com mais de 19 anos de experiência no mundo corporativo, sempre liderou processos e pessoas nas áreas de Recursos Humanos, Sustentabilidade, Responsabilidade Corporativa, Inovação Social e Negócios de Impacto. Possui sólida experiência na construção e gerenciamento de instituto/fundação empresarial, como atualmente no Instituto Nexxera. Desenvolveu projetos de referência em gerenciamento de impacto socioambiental em comunidades industriais de empresas localizadas na América Latina, como México, Costa Rica, Colômbia, Equador e Paraguai. Vem liderando iniciativas de modelos de trabalhos em gestão da sustentabilidade para o segmento de tecnologia em Santa Catarina na posição de vice-diretora da Vertical Governança e Sustentabilidade da Acate (Associação Catarinense de Tecnologia). Contato: setteca@gmail.com.



ID  DANIELA DE OLIVEIRA MASSAD

Doutoranda e Mestre em Gestão do Conhecimento pelo Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bacharel em Engenharia de Produção/Ênfase em Qualidade Química pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro – Campus Resende, aonde foi professora de disciplinas na área de Química. Possui experiência em análise de viabilidade econômica de projetos de nacionalização e modificações de peças automotivas, tendo atuado durante cinco anos em empresa multinacional do ramo automobilístico. Servidora Técnico-Administrativa em Educação da UFSC desde 2010. Integrante do Grupo de Pesquisa Inovação em Ciência e Tecnologia - CoMovI (UFSC/CNPq). É autora de capítulos de livros e possui artigos publicados em periódicos especializados e em anais de eventos nacionais e internacionais. Atua na linha de pesquisa de Empreendedorismo, Inovação e Sustentabilidade, realizando pesquisas principalmente nas áreas de inovação social, empreendedorismo social e capacidade absorptiva do conhecimento. Contato: danielestevesatt@gmail.com.



ID  DANIEL ESTEVES

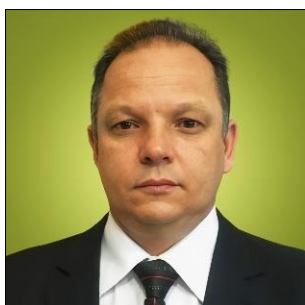
Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina Profissional de carreira como Designer de Moda, com experiência em desenvolvimento e produção de confecção em artigos de vestuário de moda. Possui Pós-Graduação MBA em Administração de Empresas, em nível de especialização da Fundação Getúlio Vargas (2014). Graduação em Design de Moda pela Universidade do Sul de Santa Catarina (2011). Atua na área de inovação social como um dos líderes do Projeto Cidades Invisíveis, com base na produção de moda. O Projeto apoia os membros da Comunidade Frei Damião do Município de Palhoça/SC, a desenvolver um empreendedorismo de propósito gerando emprego e renda que contribuem para a melhoria da qualidade de vida dos membros da Comunidade. Contato: danimassad@gmail.com.



ID  GERTRUDES APARECIDA DANDOLINI

Professora Titular da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) no Departamento de Engenharia do Conhecimento. Graduação em Matemática (Licenciatura) pela Universidade Federal de Santa Catarina (1992), mestrado (1997) e doutorado (2000) na área de Inteligência Artificial em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (1997). Trabalhou na Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) de 1993 a 2007 como professora na área de Matemática, atuando em

Educação a Distância. Foi coordenadora dos Cursos de Graduação em Matemática e Matemática a Distância (2001-2006) na UFPEL e, na UFSC, do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (2017-2019), no qual atualmente é professora permanente. Pesquisa nas áreas de Inovação, Aprendizagem, Gestão do Conhecimento, Governança, Universidade Corporativa e Visão Sistêmica. Faz parte de três grupos de pesquisa IGTI - Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação (Líder), ENGIN – Engenharia da Integração e Governança do Conhecimento e KLON - Interdisciplinar em Conhecimento, Aprendizagem e Memória Organizacional. É autora de centenas de artigos em anais de eventos e revistas científicas, e autoras dos livros Matemática Elementar I (2009) e Introdução a Lógica Matemática (2010), e organizadora de: Inteligência para Inovação (2018), Inovação em Segurança Pública (2018), Empreendedorismo e Inovação Social (2017), Gestão Empreendedora da Inovação – Vol.3 (2016), Gestão Empreendedora da Inovação: estudos de caso em empresas de base tecnológica – Vol. 2 (2015), Gestão Empreendedora da Inovação - Vol.1(2014), Cadernos de Pesquisa em Inovação: as novas tecnologias e as tendências em inovação (2013), e Mídias do Conhecimento (2011). Contato: gertrudes.dandolini@ufsc.br.



 **JOÃO ARTUR DE SOUZA**

Professor Titular da Universidade Federal de Santa Catarina no Departamento de Engenharia do Conhecimento. Graduação em Matemática (Licenciatura) pela Universidade Federal de Santa Catarina (1989) e em Direito pela Universidade do Sul Catarinense, mestrado em Matemática e Computação Científica pela Universidade Federal de Santa Catarina (1993) e doutorado na área de Inteligência Artificial em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (1999). Trabalhou na Universidade Federal de Pelotas de 1993 a 2007 como professor na área de Matemática, atuando especialmente em Educação a Distância. Foi coordenador dos Cursos de Graduação em Matemática e Matemática a Distância (2005-2006). Líder do Grupo de Pesquisa IGTI - Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação (Líder) e ENGIN – Engenharia da Integração e Governança do Conhecimento. Pesquisa na área de Inovação, Inteligência Artificial, Gestão do Conhecimento, Gestão de Risco e Controle Interno, e Universidade Corporativa. Atua como professor no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da UFSC na área de Inteligência e Gestão para Inovação. É autor de centenas de artigos publicados em revistas científicas e anais de evento, e autor do livro Introdução a Lógica Matemática (2010), e editor dos livros: Inovação em Segurança Pública (2018), Inteligência para Inovação (2018), Empreendedorismo e Inovação Social (2017), Ciência, tecnologia e inovação: pontes para a segurança pública (2016), Cadernos de pesquisa em inovação: as novas tecnologias e as tendências em inovação (2013). Contato: joao.artur@ufsc.br.



  **LEONARDO L. L. DE LACERDA**

Mestre em Lazer pela UFMG (linha temática de Formação e Atuação Profissional. Museu e Marketing de Serviços), Especialista em Lazer pela UFMG (abordagem sobre jogo e grupos sociais). Graduado em Turismo pelo Centro Universitário Newton Paiva (abordagem sobre ludicidade e saúde). Graduação incompleta em Administração pela Faculdade de Estudos Administrativos (FEAD). Coach pelo Instituto Brasileiro de Coaching. Atualmente é doutorando em Engenharia e Gestão do Conhecimento na UFSC (linha de pesquisa em Gestão do Conhecimento e Sustentabilidade). Contato: leollacerda@yahoo.com.br.



  **MÁRCIA APARECIDA PRIM**

Doutoranda e mestre em Gestão do Conhecimento pelo Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora na Faculdade de Tecnologia AeroTD. Bacharel em Administração com Habilitação em Marketing (2010) pela Sociedade Educacional de Santa Catarina Única/SOCIESC. Ganhou o Prêmio de Mérito Discente de Produtividade (turma mestrado de 2015 e turma doutorado 2017) e Mérito Acadêmico da Sociedade Educacional de Santa Catarina Única/SOCIESC em 2010. Possui experiência na área de gestão de projetos, gestão de empresas, setor privados e terceiro setor, bem como na área de treinamento e desenvolvimento. Atua como membro do Núcleo de Estudos em Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação (IGTI) (UFSC/CAPES), na linha de pesquisa em Empreendedorismo, Inovação e Sustentabilidade. Realiza pesquisas principalmente nas áreas de inovação social e sua governança. É autora de artigos em periódicos especializados, capítulo de livros e anais de congresso nacionais e internacionais. Contato: marciaaprim@gmail.com.



  **RICARDO PEREIRA**

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) da Universidade Federal de Santa Catarina. Graduado em Administração de Empresas (2002) e em Direito (2013), ambos pela Universidade Federal de Santa Catarina, com especialização/MBA em Gestão Global pela Universidade Independente de Lisboa (2004) e mestrado em Engenharia de Produção, na área de inteligência organizacional pela Universidade Federal do Santa Catarina (2009). Servidor Público Federal desde 2004. Administrador/Analista da Universidade Federal de Santa Catarina, Procuradoria Geral Federal (PF/AGU) e IBGE, exercendo atividades relacionadas à supervisão, programação, coordenação e execução especializada, em um grau de maior complexidade, relacionada a estudos, pesquisas, análises e projetos de

administração de pessoal, material, orçamento, organização e métodos. Atualmente atua como Analista de Planejamento, Gestão e Infraestrutura, exercendo suas atividades na Procuradoria da União no estado de Santa Catarina (PU/AGU). Contato: rikardop@gmail.com.



  **ROSANE MALVESTITI**

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina. Possui graduação em Enfermagem pelo Centro Universitário Herminio Ometto de Araras (1986), graduação em Educação Física pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (1990) e mestrado em Ciências do Movimento Humano pela Universidade Cruzeiro do Sul (2014). Atualmente, ergonomista prestadora de serviços à várias empresas e professora de consciência corporal e yoga - Clínica de Terapia Rosane Malvestiti em Araras e Clínica Coração da Terra em São Paulo, SP, atuando principalmente nos seguintes temas: ergonomia, corpo, terapia e ginástica. Contato: romaiah50@gmail.com.



  **YOHANI DOMINIK DOS SANTOS FIGUEIREDO**

Doutoranda e mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), possui MBA em Gestão de Projetos em Engenharia e Arquitetura pelo Instituto de Pós-Graduação e Graduação (IPOG), Experiência com desenvolvimento de projetos de arquitetura residencial unifamiliar, multifamiliar, projetos comerciais, projetos de arquitetura de interiores, acompanhamento de obras e elaboração de instituição de condomínios. Atualmente atua como membro do Núcleo de Estudos em Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação (IGTI) (UFSC). Contato: yohanidominik@gmail.com.

ÍNDICE REMISSIVO

A

AGENDA 2030 · 43, 44, 45, 49, 54
 aprendizagem · 16, 18, 20, 21, 50, 61, 64, 68,
 69, 70, 74, 80
 autossustentabilidade financeira · 31

B

base da pirâmide · 14, 32, 34, 39

C

cocriação · 14, 19, 23, 64, 68, 70, 71, 72
 colaboração · 14, 16, 17, 18, 19, 21, 23, 64, 65,
 67
 compartilhamento do conhecimento · 18
 comunidade local · 59, 66, 74, 75
 conhecimento · 14, 15, 16, 18, 19, 21, 22, 40,
 43, 59, 62, 63, 67, 68, 78, 80, 81, 82, 86, 87,
 90, 91
 cooperação · 14, 15, 51, 64, 79, 86
 criação de valor · 29, 32, 36, 65, 80

D

desenvolvimento sustentável · 20, 30, 42, 43,
 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 81
 objetivos · 49
 evolução · 43
 desigualdade · 29, 46, 50, 79

E

ecoturismo · 59, 64, 66, 74, 75
 educação empreendedora · 80, 81, 82, 83, 87
 empoderamento · 13, 19, 20, 21, 22
 empreendedorismo social · 34, 35, 78, 80, 86,
 91
 empresas sociais · 29, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 38,
 39, 72, 73

G

governança · 16, 23, 31, 32, 45, 63, 67, 69, 93

I

Ignacy Sachs · 42, 45, 46, 54
 impacto
 social · 13, 20, 21, 29, 32, 35, 38, 39, 52
 do turismo · 61
 inclusão social · 13, 14, 20, 22, 30, 87
 inovação social · 13, 14, 15, 20, 21, 22, 23, 25,
 26, 42, 53, 54, 58, 59, 60, 63, 64, 65, 66, 67,
 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 77, 79, 81, 87, 91,
 93

L

laboratório de turismo sustentável e inovação
 social · 68

M

Maurice Frederick Strong · 45
 mudança social · 16, 32

N

necessidade social · 15, 73, 74
 negócios
 inclusivos · 30, 32, 40
 sociais · 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38,
 39, 41, 42, 46, 51, 52, 53, 54, 81

O

organização social · 47, 49, 80

P

parcerias · 16, 17, 18, 49, 52, 66, 87

participação

coletiva · 64, 69

social · 23, 26

problema social · 13, 16, 20, 29, 31, 32, 80

Programa das Nações Unidas para o Meio

Ambiente · 45

projetos sociais · 81

R

redes · 16, 18, 20, 21, 26, 63, 65, 69, 74

sociais · 26, 63

Relatório *Brundtland* · 43

responsabilidade social · 38, 54, 55, 81, 87

S

sustentabilidade · 13, 14, 20, 22, 29, 32, 35, 36,

37, 38, 39, 44, 46, 47, 49, 52, 53, 54, 55, 59,

64, 72, 75, 90

T

transformação · 13, 14, 15, 16, 17, 20, 21, 22,
23, 52, 63

turismo · 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 68,
69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77

de base comunitária · 59, 64, 67, 75

inteligente · 70, 71, 72

sustentável · 63, 68, 69, 70, 74, 75

V

valor social · 13, 16, 17, 21, 30, 32, 33, 79, 80

W

World Commission on Environment and Development

· 47

Desde que o homem percebeu que para sobreviver necessitava explorar recursos naturais, sua relação com o meio ambiente tem sido desafiadora. Tal relação que deveria ser harmoniosa, há tempos está desequilibrada. A humanidade explora os recursos naturais como se fossem inesgotáveis. Nas últimas décadas, a rápida aceleração industrial tem sido acompanhada de poluição e degradação do meio ambiente. A internalização dos lucros e a socialização dos prejuízos ambientais têm sido a regra, e quem perde é o planeta e as futuras gerações.

Entretanto, o mundo em que vivemos apresenta indícios de que esta forma de exploração é insustentável. Catástrofes, efeito-estufa, desequilíbrio climático, dentre tantos outros eventos sugerem uma nova abordagem pela humanidade.

Em contradição a esta realidade, uma parcela da sociedade, atenta a esta situação de desarmonia, vem promovendo uma nova forma de enxergar a relação do homem com a natureza, visando à exploração de recursos naturais de forma sustentável, produção industrial limpa, dentre outras iniciativas que minimizem as mazelas até então identificadas.



Pantanal Editora

Rua Abaete, 83, Sala B, Centro. CEP: 78690-000
Nova Xavantina – Mato Grosso – Brasil
Telefone (66) 99682-4165 (Whatsapp)
<https://www.editorapantanal.com.br>
contato@editorapantanal.com.br