

A DINÂMICA DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL: um estudo de caso do projeto NISA.

Danisson Luiz dos Santos Reis¹ , Clarissa Stefani Teixeira² , Ana Madalena Sandes Silva³ 

RESUMO

A sociedade da informação passa por um processo de ressignificar o que ela espera da sua economia, criando assim novas modelagens de negócio, como os negócios de impacto social e ambiental que podem ser definidos de forma breve como negócios que visam trazer impacto social positivo e conseguem ter sustentabilidade financeira. O presente artigo traz a jornada de implementação do projeto NISA, que vem acontecendo desde 2018, em Alagoas, por intermédio do Sebrae, tendo como pano de fundo todas as características socioeconômicas do território, e com o objetivo de fomentar a criação e desenvolvimento destes novos modelos de negócio para que possam contribuir na transformação da realidade da população das classes C, D e E. Para isso, foi realizada uma pesquisa exploratória, utilizando uma análise bibliográfica e documental a fim de agrupar as informações disponíveis sobre o projeto. Dessa forma, pode-se constatar os primeiros passos rumo à formação de um futuro ecossistema de impacto alagoano, identificando as primeiras iniciativas, os impactos delas, os percalços e as oportunidades de melhoria para o futuro.

Palavras-chave: Negócios de impacto social e ambiental, Empreendedorismo social, Inovação Social, Nova Economia, Inovação

THE DYNAMICS OF SOCIAL AND ENVIRONMENTAL IMPACT BUSINESS: a case study of the NISA project

ABSTRACT

The information society is going through a process of reframing what it expects from its economy, thus creating new business models, such as businesses with social and environmental impact that can be defined briefly as businesses that aim to bring positive social impact and achieve financial sustainability. This article presents the journey of implementation of the NISA project, which has been taking place since 2018, in Alagoas, through Sebrae, against the backdrop of all the socioeconomic characteristics of the territory, and with the objective of promoting the creation and development of these new business models so that they can contribute to transforming the reality of the population of classes C, D and E. For it, an exploratory research was carried out, using a bibliographic and documental analysis in order to group the information available about the project. In this way, the first steps towards the formation of a future ecosystem of impact from Alagoas can be seen, identifying the first initiatives, their impacts, the setbacks and opportunities for improvement for the future.

Keywords: Business with social and environmental impact, Social entrepreneurship, Social Innovation, New economy, Innovation.

¹ Doutorando da UFSC no Programa de pós graduação de Engenharia e Gestão do Conhecimento

² UFSC/ Professora do departamento de engenharia do conhecimento

³ Sebrae Alagoas/ Analista de inteligência de Mercado

Autor Correspondente: Danisson Luiz dos Santos Reis
E-mail: danisson.sergipe@gmail.com

Recebido em 21 de junho de 2021 | Aceito em 17 de março de 2022.



1 INTRODUÇÃO

A Organização das Nações Unidas trouxe à tona o tema do desenvolvimento sustentável em meados do século XX, buscando uma economia viável e que preserve os recursos naturais, ao mesmo tempo que estabeleça uma homogeneidade social por meio da qualidade de vida e acesso a recursos e a serviços (Carvalho, 2019).

Esse novo olhar proposto se torna crucial ao se defrontar com a realidade econômica brasileira, em especial, a alagoana. A realidade do estado é de um índice de desenvolvimento humano (IDH) de 0,631, com mais de 90% da população estadual inserida nas classes C, D e E, baixos níveis de escolaridade, uma monocultura centenária da cana de açúcar e um dos menores produto interno bruto (PIB) do Brasil (1). Maceió, capital alagoana, também é um reflexo do cenário estadual.

Segundo a Associação Brasileira de Estudos Populacionais (ABEP), Maceió tem 77% da população vivendo nas classes D e E, ou seja, pessoas que vivem com até dois salários mínimos. Esse quantitativo revela um quadro dominante de pobreza, mas, por outro lado, muitas oportunidades para um novo modelo de negócio que surge na nova economia: os negócios de impacto social e ambiental que buscam se desenvolver e, ao mesmo tempo, serem capazes de minimizar a desigualdade social (Péricles, 2020).

Não há um momento específico, onde os conceitos de empreendedorismo, inovação e tecnologia social convergiram para o surgimento dos negócios sociais. Entretanto, em 2006, Muhammad Yunus e o Banco Grameen ganharam o prêmio Nobel da Paz (2) pelos seus esforços em criar desenvolvimento econômico e social para os menos favorecidos trazendo à tona a temática. Muhammad Yunus criou o Grameen Bank para oferecer microcrédito para as camadas mais pobres do país, após vivenciar em seu cotidiano todos os problemas oriundos da superpopulação de Bangladesh (Yunus, Moingeon & Lehmann-Ortega, 2009).

A partir desses fatos, popularizou-se o conceito que negócios sociais são empresas que têm a única missão de solucionar um problema social, sendo autossustentáveis financeiramente, assemelham-se a uma ONG, pois possuem uma missão social, mas também a um negócio tradicional pois geram receitas suficientes para cobrir seus custos, portanto, o sucesso do negócio não é medido pelo total de lucro gerado em um determinado período, mas sim pelo impacto positivo criado para as pessoas ou para o meio ambiente (Lysiuk & Britchenko, 2021; Hockerts, 2018; Yunus, Moingeon & Lehmann-Ortega, 2009).

Embora alguns estudos venham sendo identificados, em pesquisa bibliométrica sobre a temática dos negócios sociais realizada por Romani-Dias (2016), em bases como Ebsco, Proquest, Google Scholar, entre outras, foi constatada o número de 247 artigos publicados no período de 1990 a 2015, com uma concentração de 38,85% dos artigos sendo publicados no Reino Unido, apenas 22 artigos foram encontrados sendo originados do Brasil. Por isso, torna-se difícil formular hipóteses possíveis e operacionalizáveis (Gil, 2008). Portanto, é relevante disseminar propostas práticas e seus resultados com vistas a ampliar os resultados encontrados.

A fim de popularizar esses conceitos no Nordeste brasileiro e diante do cenário socioeconômico alagoano, em 2018, o Sebrae Alagoas implementou o projeto “Negócios de Impacto Social e Ambiental - NISA”, tendo como objetivo “Fomentar a criação e desenvolvimento dos pequenos negócios que geram impacto socioambiental positivo e agregação de valor, contribuindo na transformação da realidade da população das classes C, D e E”.

Como forma de demonstrar os resultados encontrados e disseminar as boas práticas a fim de ser replicada nacionalmente, o presente artigo busca apresentar a jornada do projeto NISA, que foi iniciado em 2018, sendo esse um precursor da temática em solo alagoano. Entretanto, como em muitos casos, o projeto não apresenta análises científicas que busquem entender o contexto do projeto e de seus empreendimentos

participantes. Salienta-se a importância do presente artigo e sua justificativa para popularização de relatos e experiências com a temática dos negócios de impacto social e ambiental, ampliando a discussão acadêmica sobre o tema, e criando bases para debates futuros, a partir de cases práticos, sobre a referida temática.

Dessa forma, os objetivos específicos do presente trabalho são: identificar o perfil dos empreendimentos atendidos, evidenciar o desenvolvimento do ecossistema de impacto social e as políticas definidas para a potencialização destes negócios.

Por meio dos objetivos específicos descritos, objetiva-se apresentar as principais ações e resultados obtidos. Para tal, foi conduzida uma pesquisa exploratória a partir da implementação do projeto NISA em Alagoas. Essa escolha se dá pela pouca exploração acadêmica do tema escolhido. Em pesquisa bibliométrica sobre a temática dos negócios sociais realizada por Romani-Dias(2016), em bases como Ebsco, Proquest, Google Scholar, entre outras, foi constatada o número de 247 artigos publicados no período de 1990 a 2015, com uma concentração de 38,85% dos artigos sendo publicados no Reino Unido, apenas 22 artigos foram encontrados sendo originados do Brasil

Primeiramente, foi utilizado como ferramental o levantamento bibliográfico sobre o tema a fim de entender as bases conceituais em que o tema está inserido. Após esse momento, foi realizada uma análise de documentos e dados, do período de 2018 a 2021, sobre o referido projeto a partir de informações disponíveis nos sistemas de gestão da entidade promotora do NISA.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Hockerts (2018) empreendedorismo social diz respeito à criação de impacto social positivo por meio de empreendimentos que seguem explicitamente uma missão social a partir da identificação de oportunidades, criando um status quo entre aquilo que é mercado e aquilo que não é.

Entretanto, o empreendedorismo social não é igual a responsabilidade social, pois esta supõe um conjunto organizado e devidamente planejado de ações internas e externas, e uma definição centrada na missão e atividade da empresa, ante as necessidades da comunidade (Oliveira, 2004).

O conceito de empreendedorismo social tem pontos sensíveis que o conectam a inovação social e a modelagem de negócio, quando ele explicita a identificação de oportunidades de melhoria na sociedade convertidas em novos empreendimentos.

Classicamente inovação é definida como um produto ou processo novo ou melhorado, ou uma combinação destes, que difere significativamente dos produtos ou processos anteriores e que foi disponibilizado para usuários em potencial ou colocado em uso dentro da empresa. (OCDE, 2018). Em complemento a este conceito, uma nova nomenclatura tem ganhado proeminência que é a inovação social. Esta pode ser definida como uma nova, ou significativamente melhorada, ideia, ou ação ou conhecimento novo, duradoura que atende as necessidades sociais e cria novas relações sociais ao mesmo tempo que promove a superação das necessidades sociais, tendo como consequência a inclusão social, a criação de valor coletivo e o empoderamento de todos os atores envolvidos (Juliani *et.al.*, 2014).

Faz-se necessário também conceituar o que é tecnologia social. Esta é definida como um conjunto de possibilidade de produtos, técnicas e/ ou metodologias replicáveis, desenvolvidas na interação com a comunidade, e apropriada por ela e respeitando a cultura e valores locais, que possibilitem a transformação e inclusão social, a democratização do conhecimento e o desenvolvimento sustentável (Freitas & Segatto, 2014).

2.1 NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL

A partir de uma densa pesquisa com autores relevantes da área, Sousa *et al.* (2019) considera que um negócio social é uma atividade que pretende resolver um problema social e/ou ambiental complexo, a partir de uma lógica de mercado sendo que sua principal diferença para as empresas tradicionais é a motivação na transformação social positiva causada intencionalmente.

Interessante notar que a nomenclatura “negócio social” ainda não está sedimentada na literatura, além de haver divergências sobre o aspecto organizacional desses empreendimentos. Neste contexto, Comini (2016) comenta que o termo social enterprise (empresa social) é bastante difundido na Europa, com formatos jurídicos claros na maior parte dos países europeus e que tem origem na oferta de serviços que antes eram de origem pública a fim de beneficiar as comunidades locais. Segundo o mesmo autor, nos Estados Unidos o termo mais comum é o social venture (iniciativa social) que é utilizado para definir empresas que possuam objetivo social, ou unidades de negócios específicos com essa finalidade específica, ou até mesmo ONGs que efetuam a venda de bens e serviços. Por fim, Comini (2016) nota que os termos que ficaram mais popularizados na América Latina e na Ásia foram negócios sociais, negócios de impacto social e ambiental, e negócios inclusivos. Esses diversos tipos de organização e nomenclaturas também são expostos por Lysiuk e Britchenko (2021) que trazem seis modelos de organização de negócios sociais (Inglaterra, Alemanha, Brasil, Índia, Polônia e Estados Unidos), evidenciando que o modelo brasileiro de empreendimentos sociais é baseado em associações ou fundações majoritariamente, com um processo de registro complexo e com resultados bem definidos a fim de obter privilégios no futuro.

Apesar da recente popularidade e das discussões a respeito da conceituação, ainda são poucos os estudos que podem ser considerados como determinísticos sobre fatores chaves de sucesso e fracasso (Yasmeen & Hashaam, 2019).

Outro ponto bastante questionado é a divisão de lucros nesse tipo de empreendimento, na definição difundida por Yunus, não há divisão de lucros, todo o lucro é reinvestido na empresa, exceto aquilo que foi investido inicialmente (Yunus, Moingeon & Lehmann-Ortega, 2009). Entretanto, há contrapontos, principalmente nas práticas de habitats de inovação que são os espaços que apoiam o desenvolvimento destas inovações (Teixeira & Almeida; Ferreira 2016). A exemplo destas questões, para a Artemisia (3), que é uma aceleradora focada neste tipo de empreendimento, o fato de a empresa reinvestir o lucro totalmente na empresa, ou dividir os lucros entre os proprietários, não é um critério determinante para a rotulação do empreendimento.

Dessa forma, para fins de compreensão deste artigo, a definição que será adotada é a abordada pela Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto (4) e a nomenclatura utilizada será Negócios de Impacto Social e Ambiental - NISA, pois foram estes rótulo e conceito utilizados como base conceitual do projeto referido na introdução, que conceitua que negócios de impacto social e ambiental são empreendimentos que têm a intenção clara de endereçar um problema socioambiental por meio da sua atividade principal, atuando dentro da lógica de mercado, com um modelo de negócio que busca retornos financeiros, e se comprometem a medir o impacto que geram.

É válido ressaltar que, baseado em Barbosa, Moraes e Romani-Dias (2017), a visão de negócios de impacto social e ambiental, como adotado por esse trabalho, deve atender a sete características intrínsecas, que são: i) ter um propósito social claro; ii) agregar valor por meio das suas atividades para o cliente e/ou usuário final; iii) não depender de doações, editais ou investimentos privados; iv) dividir os lucros que são obtidos; v) obter sustentabilidade financeira; vi) ser eficiente em termos mercadológicos; e vii) buscar ao máximo uma gestão participativa.

Considerando uma das características intrínsecas citadas por Barbosa, Moraes e Romani-Dias (2017) que é “ter um propósito social claro”, observa-se que esse propósito social deve ser o foco principal do negócio de impacto. Uma das formas de garantir esse propósito é que os negócios atendam aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030. As ODS são os 17 objetivos estabelecidos pelas Nações Unidas que foram projetados para moldar as prioridades e aspirações para os esforços de desenvolvimento sustentável em torno de uma estrutura comum, reconhecendo o papel principal que os negócios podem e devem ter (GRI, UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT e WBCSD, 2015).

2.2. CARACTERÍSTICAS DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL NO BRASIL

Segundo dados apresentados no 3º Mapeamento Brasileiro de Negócios de Impacto Socioambiental realizado pela Pipe Social (2021), há 1272 empreendimentos caracterizados como negócios de impacto social no Brasil, entre esses 40% estão concentrados no estado de São Paulo. Tais números representam um avanço expressivo dos negócios de impacto social, pois no 1º Mapeamento, também realizado pela Pipe Social em 2017, tínhamos 579 negócios de impacto social no Brasil, com uma concentração de 43% destes no estado de São Paulo.

Segundo o mesmo mapeamento, as principais áreas de atuação dos negócios de impacto social no Brasil são tecnologias verdes e cidadania, sendo que estes demonstram estar mais relacionados às ODS 12 “Consumo e Produção Responsáveis” e 03 “Saúde e Bem estar”. A maior parte desses empreendimentos, 27%, são encontrados na fase “organização do negócio”, sendo que apenas 11% estão na fase de pré-escala ou escala do negócio.

A pesquisa aponta que o modelo de negócio dominante é o *business to business* (B2B) (48%), ou seja, a modelagem em que o cliente final é uma outra empresa e não uma pessoa física.

Outro ponto importante trazido pela pesquisa é que 40% desses empreendimentos ainda não faturam, 9% faturam entre meio a dois milhões de reais. Já a forma de monetização dominante é a venda direta (47%). E os três principais pedidos de ajuda desses empreendimentos são em relação à dinheiro, à mentoria e à comunicação.

Outro ponto sensível que pode ser observado no perfil é a ausência de diversidade no perfil do empreendedor de impacto, demonstrando um desafio ainda a ser enfrentado mesmo em um modelo de negócios baseado no empreendedorismo e na inovação social. Consoante esta mesma pesquisa, o perfil dominante é masculino (71%), branco (66%), jovem adulto (71% tem até 44 anos) e empreendendo do sudeste do país.

2.3 ECOSSISTEMA DE IMPACTO

É notório o papel dos ecossistemas de inovação na economia, pois estes caracterizam uma rede, espontânea ou induzida, que tem como foco promover conexão entre os atores, gerando interações colaborativas e cooperativas, proporcionando um espaço onde a criatividade é estimulada e o fluxo de conhecimento é presente., tendo como objetivos centrais a criação de valor, o apoio ao empreendedorismo e a geração de inovação, com relações complexas, imprevisíveis e não necessariamente equilibradas (Gomes, 2021).

Esse ecossistema, segundo Teixeira et. al. (2017), é formado por diversos tipos de atores, sendo classificados em: i) públicos, são os que criam regulamentos, incentivos e políticas; ii) de conhecimento, são as instituições de ensino e pesquisa, bem como os pesquisadores e estudantes; iii) institucionais, são as or-

ganizações públicas e/ou privadas que prestam assistência para o desenvolvimento do ecossistema; iv) de fomento, são os bancos, fundos, programas de subvenção, venture capitals e outros; v) empresariais, são tanto as empresas que desenvolvem ideias inovadoras, bem como fornecedores para essas empresas; vi) de habitats de inovação, são aqueles que apoiam os empreendedores e inovadores em suas jornadas de negócio e desenvolvimento, minimizando riscos e maximizando resultados; e vii) da sociedade civil, são aquelas que se disponibilizam em atuar no ecossistema em prol da cultura para a inovação e para o empreendedorismo, observando as necessidades reais do cidadão, ou podem ainda ser grupos representativos de outros cidadãos ou movimentos informais.

Salienta-se que dentro de um ecossistema local de inovação, há outros ecossistemas colaborativos de inovação baseados em especificidades setoriais, formatos de organização ou abordagens conceituais (Russell & Smorodinskaya, 2018; Smorodinskaya et al, 2017). Quando se fala do ecossistema de impacto dentro do ecossistema local de inovação, traz-se à baila um outro conjunto de elementos, como trazido pelo PNUD (2015) que afirma que é necessária uma rede de atores interconectados e interdependentes, cujas ações tornam possível que os negócios tenham sucesso e gerem impacto em escalas cada vez maiores, tornando o ecossistema um habilitador desses modelos negócios.

Para tal, PNUD (2015) procede propondo um modelo que sintetiza as funções essenciais para que o ecossistema de impacto possa existir. De acordo com o modelo, as quatro funções básicas deste ecossistema, (PNUD, 2015), são:

- Informação, fornecendo consciência, conhecimento, tecnologia e “know-how” para operar em mercados de menor renda;
- Incentivos, impulsionando para as empresas se envolverem com comunidades da base da pirâmide, recompensando externalidades positivas e reduzindo o custo de fazer negócios;
- Investimento, fornecendo apoio financeiro; e
- Implementação, fornecendo logística, operação, marketing e comunicação e serviços de apoio permitindo o funcionamento em ambientes dinâmicos.

Entretanto, ainda há uma lacuna a ser preenchida para que os ecossistemas de impacto brasileiros possam oferecer o suporte necessário para geração de negócios de impacto social e ambiental. Segundo PNUD (2018), há quatro barreiras que precisam ser superadas para que as funções descritas sejam alcançadas, que são:

- Aumentar a diversidade, há uma percepção que apenas um grupo restrito de instituições compõe esse ecossistema, existe a necessidade de expandir junto a empreendedores de baixa renda, lideranças femininas, empreendedores negros, e outras regiões do país, além do Sul e Sudeste. Fato esse corroborado pelo perfil do empreendedor social já relatado neste material;
- Aumentar a conexão entre os diversos agentes, pois é necessário desfazer a “bolha” que foi formada, permitindo que os negócios sociais existentes interajam com diversos públicos, agentes e ecossistemas locais;
- Ter negócios mais robustos; superando os gaps tecnológicos existentes, inovando em novos métodos de abordagem e atingindo mais impacto, com mais escala; e
- Melhorar a gestão do conhecimento dentro do ecossistema já formatado.

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

O estudo aqui apresentado quanto aos objetivos é caracterizado como uma pesquisa exploratória, já que se busca proporcionar uma visão mais aproximada sobre o objeto de estudo (Gil, 2008). Quanto a abordagem pode ser considerada como sendo qualitativa e aplicada quanto a natureza. Para esclarecer sobre a temática, foi realizada uma pesquisa bibliográfica de forma a levantar referências teóricas sobre os assuntos abordados (Silveira e Córdova, 2009).

Ainda, quanto aos procedimentos é uma pesquisa considerada como sendo estudo de caso pois busca explorar a implementação do projeto NISA em Alagoas (Gil, 2008). O projeto NISA foi escolhido em função de ser o primeiro projeto em solo alagoano sobre a temática, sendo assim o precursor.

Também foi realizada uma pesquisa documental com informações disponibilizadas pelo projeto, sem nenhum tratamento analítico anterior (Gil, 2008). Esta pesquisa utilizou documentos e dados do período de 2018 a 2021, sobre o referido projeto a partir de informações disponíveis nos sistemas de gestão da entidade promotora do referido projeto.

Observando tais dados, foi percebido que o primeiro passo do referido projeto foi conduzir um mapeamento nos municípios de Maceió, Penedo, Arapiraca e Delmiro Gouveia, por serem os locais onde ficam sediados os escritórios regionais do Sebrae Alagoas. Os objetivos do mapeamento foram compreender o perfil dos empreendimentos sociais em ativa naquele momento e obter informações qualificadas para apoiar na formulação de estratégias para o projeto NISA.

A pesquisa foi feita por meio de um *survey* online no formato de um questionário estruturado que continha perguntas focadas na estruturação do modelo de negócio, faturamento anual, tempo de abertura, forma de monetização e de comercialização, além de uma questão sobre o grau de conhecimento da temática por parte do empreendedor.

O mapeamento contou com 31 respostas de empreendedores sociais que atuam na região e já tinham sido atendidos por algum mecanismo de atendimento do Sebrae Alagoas anteriormente ao início das ações do projeto NISA. Com as entrevistas buscou-se identificar o perfil dos empreendedores, a existência de formalização do negócio, o tempo de existência, o faturamento, a vertical de atuação dos empreendimentos, o estágio do negócio, a forma de comercialização e o conhecimento sobre negócios de impacto social.

A partir do conjunto de informações obtidas, o projeto focou em três frentes: desenvolver um ecossistema de impacto alagoano, participar de eventos correlacionados com a temática e promover políticas públicas sobre o tema. Cada uma destas frentes, bem como o próprio mapeamento, será discutido no próximo tópico.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 O PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ANALISADOS

Considerando as respostas obtidas, observa-se que 35,5% dos respondentes se autodenominavam negócios de impacto, 32,3% empresas tradicionais, 16,1% ONG (Organizações Não Governamentais) e 12,9% projetos sociais. Importante salientar que 71% dos respondentes afirmaram que conhecem o conceito de negócios de impacto social, este ponto de partida conceitual foi importante para a implementação das ações do projeto NISA.

A formalização dos negócios de impacto social é uma das preocupações relatadas no estudo da Pipe Social (2021), pois os empreendimentos que estão escalando e crescendo são aqueles com mais tempo de mercado, sendo que a não formalização é uma característica marcante entre quem ainda está idealizando um negócio devido aos desafios burocráticos do país e a espera em assumir os compromissos fiscais de uma organização. No presente estudo, a maioria (61,3%) possuíam CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), reflexo do número de ONGs e empresas tradicionais, bem como de empreendedores que conhecem os benefícios da formalização, principalmente, no que tange ao acesso à crédito e à captação de recursos financeiros.

Com relação ao faturamento, a soma dos negócios que não faturaram com aqueles que faturam até R\$ 50.000, totalizaram quase 75% dos empreendimentos, divergindo dos resultados do último mapeamento de negócios de impacto que apontam uma maioria maciça de negócios que não faturam ainda (PIPE SOCIAL, 2021);

Também divergindo do estudo da Pipe social,(2021), onde os setores predominantes eram tecnologias verdes e cidadania, aqui foi encontrado um maior número de ideias relacionadas ao segmento da educação.

Em relação à comercialização, destaque para o modelo B2C – *business to consumer*, ou seja, venda direta ao cliente/ consumidor com um total de 35,5%, divergindo do que fora notado no mapeamento dos negócios de impacto que aponta uma tendência maior de negócios B2B (PIPE SOCIAL, 2021).

4.2 O DESENVOLVENDO UM ECOSISTEMA DE IMPACTO

Após o mapeamento inicial, buscou-se articular parceiros que pudessem contribuir com o desenvolvimento desses negócios e fosse montado um grupo estratégico que proporcionasse a melhor ambiência desses negócios no Estado, o que desembocou na criação do “Ecosistema NISA – Negócios de Impacto Social e Ambiental” que é composto atualmente por 49 pessoas, que representam 17 instituições e 8 empreendimentos em Maceió e Região Metropolitana.

Também foi constituído como resultado um grupo de atuação no sertão alagoano, a partir da cidade de Delmiro Gouveia, com 51 integrantes, sendo a maioria potenciais empreendedores que continuam a ser trabalhados já que estes demonstram vontade e determinação para trabalhar a modelagem do seu negócio para o setor 2,5.

Entre 2018 e 2020, foram realizadas diversas ativações desse ecossistema, como, por exemplo, o estabelecimento de um calendário de reuniões mensais que acontecem até os dias de hoje na última terça-feira do mês. É importante notar que as barreiras desses “ecossistemas” constituídos são os já citados anteriormente no estudo do PNUD (2018): Aumentar a diversidade, combater o “egossistema” e romper as “bolhas”, auxiliar os negócios para promover os gaps existentes e melhorar a gestão do conhecimento dentro do ecossistema.

Durante os dois primeiros anos (2018 – 2020) do projeto foram impactados um total de 238 negócios. Ressalta-se que a maior parte dessas empresas tinham interesse em conhecer mais sobre a pauta de negócios de impacto, por isso, é estimado que 10% desse total são negócios de impacto ou potenciais. Além disso, 1.122 pessoas participaram de momentos de ativação sobre os negócios de impacto social e ambiental, como eventos, cursos, oficinas, palestras e seminários.

4.2 INTEGRAÇÃO COM A NOVA ECONOMIA E COM A DIVERSIDADE.

Como estabelecido no estudo da PNUD (2018), uma das barreiras no ecossistema que precisa ser superada é a diversidade. A partir dessa premissa, foi criado o evento itinerante “SEBRAELAB em Movimento” (5), que

conflui ações para o fortalecimento de Negócios de Impacto Social, e de outros aspectos da economia da inovação, como os empreendimentos criativos e as startups, além de, indiretamente, contribuir para o fortalecimento dos ecossistemas locais de inovação e da promoção da cultura empreendedora. Com a reunião sinérgica destas temáticas, percorreu-se o estado levando as discussões sobre a nova economia para diversas realidades.

Dando continuidades às ações de ativação com foco na integração de ações voltadas para a economia da inovação e para promoção da diversidade, em 2019, foi realizado o evento “MCZ Play” (6), resultado do trabalho conjunto das mesmas iniciativas já citadas. O evento foi idealizado como um urban hack nas ruas do bairro histórico de Jaraguá, em Maceió/AL, revelando-se uma oportunidade ímpar de troca e ganhos entre as diversas iniciativas que constituíam o “SEBRAELAB em Movimento”.

Com o advento da pandemia global de COVID19, em 2020, o MCZ PLAY (7) teve sua segunda edição em formato híbrido. O olhar sobre a diversidade foi o ponto focal desta edição, focando a programação no fortalecimento e promoção do empreendedorismo feminino, afroempreendedorismo e empreendedorismo LGBTQIA+.

Estes momentos de ativação foram de suma importância para difundir e sensibilizar sobre a temática dos negócios de impacto social no estado entre empreendedores, estudantes e agentes de instituições públicas. Outro ponto a se observar é que estas ações foram importantes para integrar a temática junto a ecossistemas de inovação já estabelecidos na região, como as comunidades de startups e os conselhos representativos de empreendimentos culturais.

4.3 POLÍTICAS PÚBLICAS PARA OS NEGÓCIOS DE IMPACTO.

Uma maneira de capilarizar as ações desenvolvidas no âmbito do projeto foi capacitando e formando os agentes de desenvolvimento municipais. Estes são prestadores de serviços nos municípios que implementam a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa a fim de que possam oferecer suporte aos empresários de micro e pequenas empresas.

Inicialmente, os agentes participaram de uma capacitação sobre o tema, os que posteriormente atenderam aos requisitos propostos, integraram uma missão técnica a fim de conhecer o ecossistema de impacto do Rio de Janeiro. Ainda nessa ocasião, foi conduzida uma visita para conhecer negócios periféricos localizados no Complexo da Maré, permitindo-lhes observar como tais empreendimentos contribuem para a mudança social e econômica da sua própria região.

Dentro das oportunidades de melhoria identificadas no ecossistema temos a necessidade de atração de instituições financeiras e de fomento para a temática, que pode se tornar possível por meio da lei estadual que institui a política estadual de investimentos e negócios de impacto socioambiental no estado de Alagoas (Decreto Lei nº 8471/11 de 26 de julho do Governo do Estado de Alagoas), fruto direto das articulações institucionais originadas pelos eventos de ativação citados anteriormente.

4.4 O CASE DO VERGEL DO LAGO EM MACEIÓ/AL

Com consequência da formação do ecossistema, tornou possível a aproximação com as ações do projeto “Maceió Inclusiva” (8). Essa aproximação permitiu ao Sebrae Alagoas, junto a outros parceiros, participar do trabalho de intervenção no bairro do Vergel, em Maceió/AL, com foco nos princípios da economia circular e estímulo aos negócios de impacto naquela localidade.

O bairro do Vergel possui, segundo o IBGE (9), uma população de 32 mil habitantes, estimando-se que 8 mil desses habitantes povoem as favelas do bairro. Às margens da Lagoa Mundaú, cerca de 1.500 famílias sobrevivem do sururu, retirando-o do fundo lodacento das lagoas e o beneficiando em condições precárias e insalubres. É válido lembrar que o sururu é um dos pratos mais característicos da gastronomia alagoana, sendo considerado patrimônio imaterial de Alagoas desde 2014 (10).

A atuação do Sebrae Alagoas, enquanto parceiro, no projeto “Maceió mais inclusiva” destinou-se a realizar estudos voltados à oportunidade de negócios ligados à principal atividade da Lagoa Mundaú: a coleta, o beneficiamento e a comercialização do sururu, identificando melhorias desses processos para possibilitar um trabalho e uma vida mais dignos às pessoas envolvidas. Para isso, várias ações e eventos foram realizados, em consonância com o escopo do Projeto:

- Realização de uma Maratona Social, em 2018, no Instituto Mandaver, capacitando a comunidade de marisqueiras de sururu;
- Em conjunto com o IABS, promoveu uma missão a Florianópolis para conhecer boas práticas de ecossistema de impacto e economia circular que pudessem ser replicada;
- A partir da ação do Projeto Maceió mais inclusiva, de identificar potenciais usos para a casca do sururu, o Sebrae Alagoas compôs o grupo de avaliadores para as ideias e dispôs consultoria, acessível a todos os classificados, possibilitando-lhes trabalhar o seu modelo de negócio de impacto;
- Apoio a três missões de benchmarking para equipe do Mandaver. Uma para Recife, com o objetivo de conhecer o Porto Social e a Ilha de Deus; outra para o município de Limoeiro de Anadia(AL) para conhecer o banco solidário e a moeda social; e a última para conhecer o modelo de associativismo em Barra de Camaragibe(AL); e
- Realização de dois estudos, um deles com foco na análise de viabilidade do entreposto da casca do sururu com base em um modelo proposto em 2019; e o segundo, uma pesquisa de mercado, em 2020, para estudar o perfil do público do bairro como potencial cliente bancário.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os negócios de impacto social e ambiental ainda são um “território” pouco conhecido e explorado, ainda mais em um estado com índices socioeconômicos críticos como os de Alagoas. Entretanto, como já registrado ao longo deste capítulo, os problemas poderão ser convertidos em uma oportunidade de questionar e repensar a realidade em que se vive.

Com a experiência de estar junto às populações C, D e E, e com um olhar muito mais atento às duas últimas classes, percebe-se que o impacto positivo acontecerá com mais força em Alagoas, focando-se no trabalho com as populações das periferias, pessoas pardas e negras e mulheres. Nesses grupos é possível perceber o potencial público que vêm ao encontro das diretrizes do empreendedorismo social, com justiça, respeito às pessoas, ao meio em que vivem e às suas tradições.

Ainda há uma lacuna no que tange à atração de instituições especializadas em finanças sociais, e na formação de investidores locais conectados à temática pois é observado uma grande concentração de assistência do ecossistema nacional de finanças sociais na região Sudeste. Porém, formas de superar essa lacuna estão sendo analisadas a fim de que Alagoas possa se destacar também nesse cenário.

Como limitação do trabalho, evidencia-se que o estudo foi realizado única e exclusivamente pela ótica de uma única instituição, o Sebrae Alagoas, fazendo-se necessário em estudos futuros ampliar o leque de organizações observadas e investigar o impacto de projetos que estas desenvolvem dentro do ecossistema. Também é importante analisar os resultados desses anos iniciais, apresentando quais foram as consequências econômicas e territoriais das ações aqui demonstradas.

Tudo quanto se realizou, assim como o que não se conseguiu realizar, há o comprometimento com os conceitos aqui apresentados, tais como: empreendedorismo e inovação social, economia circular, sustentabilidade e os próprios negócios de impacto.

6 NOTAS FINAIS

- (1) <https://censo2010.ibge.gov.br/>, recuperado 14, fevereiro, 2021.
- (2) http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2006/, recuperado 17, junho, 2021.
- (3) <http://artemisia.org.br/conteudo/negocios/nosso-conceito.aspx>, recuperado em 19, fevereiro, 2018.
- (4) <https://aliancapeloimpacto.org.br/>, recuperado 31, janeiro, 2021.
- (5) <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/jornada-sebraelab-por-alagoas-chega-ao-fim-e-e-um-sucesso,98aca-6684f74b610VgnVCM1000004c00210aRCRD>, recuperado 28, fevereiro, 2022.
- (6) <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/dialogos-e-atividades-sobre-novas-economias-sao-foco-do-mcz-play,a-80ce7578712d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>, recuperado 28, fevereiro, 2022.
- (7) <http://www.go.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/sebrae-alagoas-realiza-em-novembro-nova-edicao-do-mcz-play,c1bcdff-412ff85710VgnVCM1000004c00210aRCRD>, recuperado 28, fevereiro, 2022.
- (8) <http://maceioinclusiva.iabs.org.br/>, recuperado 28, fevereiro, 2022.
- (9) <https://censo2010.ibge.gov.br/>, recuperado 14, fevereiro, 2021.
- (10) <https://www.google.com/url?q=http://www.cultura.al.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/2014/12/aprovado-por-unanimidade-sururu-tornou-se-patrimonio-imaterial-de-alagoas&sa=D&source=editors&ust=1613325539815000&usg=AOvVaw1cG4FL-PpuqpmBi2OLxj9oi>, recuperado, 14, fevereiro, 2021.

7 REFERÊNCIAS

- Decreto Lei nº 8471/11 de 26 de julho do Governo do Estado de Alagoas. Diário oficial do Estado (2021). Recuperado em 28 de Fevereiro de 2022. Disponível em < [---

Revista Ciências Humanas - UNITAU, Taubaté/SP - Brasil, v15, e31, 2022](https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=417828#:~:text=Institui%20a%20pol%C3%ADtica%20estadual%20de,Alagoas%2C%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%A2ncias.&text=V%20%2D%20fortalecimento%20da,aos%20neg%C3%B3cios%20de%20impacto%20socioambiental.></p><p>BARBOSA, A. S., MORAES, E. A., & ROMANI-DIAS, M. (2017) The social and the economic in social business: proposition of a conceptual model. Revista Capital Científico – Eletrônica (RCCE), V. 15, n.4.</p><p>CARVALHO, G. O. (2019). Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: Uma visão contemporânea. <i>Revista Gestão e Sustentabilidade Ambiental</i>, V. 8, n.1, Florianópolis, p. 779-792.</p><p>COMINI, G. M. (2016) Negócios Sociais e Inovação Social: Um retrato de experiências brasileiras. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, p. 166.</p><p>FREITAS, C. C. G. , & SEGATTO, A. P. (2014, Abril/ Junho) Ciência, tecnologia e sociedade pelo olhar da tecnologia social: um estudo a partir da teoria crítica da tecnologia. Cad. EBAPE.BR, v. 12, nº 2, artigo 7, Rio de Janeiro, p. 303-320.</p><p>GIL, A. C. (2008) Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 6. ed. São Paulo: Atlas S/A.</p></div><div data-bbox=)

- GOMES, R. A. O. S. (2021) **Mapeamento do ecossistema de inovação do município de São José com vistas a sua ativação e orquestração**. Programa de Pós Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação. Florianópolis, p.157
- HOCKERTS K. (2018) The Effect of Experiential Social Entrepreneurship Education on Intention Formation in Students. **Journal of Social Entrepreneurship**, 9 (3), p. 234-256.
- JULIANI, D. P., JULIANI, J. P., SOUZA, J. A., & HARGER, E. M. (2014) Inovação social: perspectivas e desafios. **Espacios**. ISSN 0798 1015, Vol. 35, Nº 5.
- LYSIUK, O., & BRITCHENKO, I. (2021) Social Entrepreneurship as an Instrument of Development of Small and Medium Entrepreneurship in Ukraine. **VUZF review**, 6(1), p. 38-48.
- OCDE. **Oslo Manual 2018**: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg.
- OLIVEIRA, E. M.. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. **Rev. FAE**, Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004.
- PÉRICLES, C. **Os Impactos da Epidemia na Economia Alagoana**. 2020. Disponível em <<https://feac.ufal.br/institucional/informes/os-impactos-da-epidemia-na-economia-alagoana-prof-dr-cicero-pericles-de-carvalho/os-impactos-da-epidemia-na-economia-alagoana-prof-dr-cicero-pericles-de-carvalho/view>> . Acesso em 14 de Fev. de 2021, às 19:01.
- PIPE SOCIAL. **1º mapa de negócios de impacto social + ambiental**. 2017. Disponível em <<https://pipe.social/mapa2017>>, acesso em 04 de Abr. 2018, 22:27.
- PIPE SOCIAL. **3º mapa de negócios de impacto social + ambiental**. 2021. Disponível em <https://mapa2021.pipelabo.com/downloads/3_Mapa_de_Impacto_Relatorio_Nacional.pdf>, acesso em 28 de Fev. 2022, 11:02.
- Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD. **Mercados inclusivos no Brasil**: Desafios e oportunidades do ecossistema de negócios. 2015. Disponível em <<https://www.undp.org/content/dam/brazil/docs/publicacoes/prosperidade/mercados-inclusivos-brasil.pdf?download#:~:text=O%20Relat%C3%B3rio%20'Mercados%20Inclusivos%20no,para%20a%20discuss%C3%A3o%20dos%20neg%C3%B3cios>>, Acessado em 05 de Fev. de 2021, às 23:00.
- Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD. **Gestão do conhecimento no ecossistema de Negócios de Impacto no Brasil**. 2018. Disponível em <<https://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/library/prosperidade/plataforma-filantropia-ods1.html>>, Acessado em 05 de Fev. de 2021, às 22:30.
- ROMANI-DIAS, M. (2016). **Negócios Sociais: Estudo Bibliométrico e Análise Sistemática da Literatura Nacional e Internacional**. [Dissertação de mestrado, Centro Universitário FEI, 2016].
- RUSSELL, Martha G., & SMORODINSKAYA, Nataliya V. (2018) Leveraging complexity for ecosystemic innovation. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 136, p. 114–131.
- SILVEIRA, D. T., & CORDOVA, F. P. (2009) A Pesquisa Científica In: GERHARDT, Tatiana Engel; e SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- SMORODINSKAYA, N., RUSSELL, M., KATUKOV, D., & STILL, K. **Innovation ecosystems vs. innovation systems in terms of collaboration and co-creation of value**. In: Proceedings of the 50th Hawaii international conference on system sciences. 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/317396011_Innovation_Ecosystems_vs_Innovation_Systems_in_Terms_of_Collaboration_and_Co-creation_of_Value> . Acesso em 20 de Abr. 23:12.
- SOUSA, I. G. B., SILVA, R. L. M., TAKAHASHI, A.R. W., & SEGATTO, A. P. (2019, maio/ agosto) O Valor Social Gerado por Empresas Sociais: Reflexões a partir de uma meta-síntese. **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 75-92.
- YASMEEN, G., & HASHAAM, M. (2019) The Paradigm of Micro Enterprises As Economic and Social Enterprises in Pakistan (Case Study: Peshawar Urban Market). **Pakistan Journal of Humanities & Social Sciences Research**, Vol. 02, ed.02, p. 11-18.
- YUNUS, M., MOINGEON, B., & LEHMANN-ORTEGA, L. (2009, fevereiro) **Building social business models: lessons from the grameen experience**. HEC PARIS – Working paper, v. 913. Disponível em: <<http://www.hec.fr/var/corporate/storage/original/application/4c2fc23d0007ff24248fc6f8003d468d.pdf>>. Acesso em 01 de Abr. 2018, 19:37.