

NEGÓCIOS SOCIAIS

*Uma maneira inovadora de
empreender e promover o bem*

Especialistas em pequenos negócios / 0800 570 0800 / sebrae.com.br



NEGÓCIOS SOCIAIS

2013. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

ISBN 978-85-7333-597-2

INFORMAÇÕES E CONTATOS

SGAS 605 - Conjunto A
Brasília/DF - 70200-904
Tel.: 55 61 3348 7474
0800 570 0800

WWW.SEBRAE.COM.BR

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO NACIONAL

Roberto Simões

DIRETOR-PRESIDENTE

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

DIRETOR -TÉCNICO

Carlos Alberto dos Santos

DIRETOR DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

José Claudio dos Santos

ELABORAÇÃO/ COORDENAÇÃO TÉCNICA

Unidade de Desenvolvimento Territorial

GERENTE

André Spínola

GERENTE ADJUNTO

Augusto Togni

COORDENAÇÃO TÉCNICA

Krishna Aum de Faria

CONTEÚDO

André Spínola

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Radiola - Design e Publicidade

ABERTURA

Nos últimos anos a economia brasileira vêm se desenvolvendo de maneira que os empreendedores passaram a identificar uma série de oportunidades e nichos de **NEGÓCIOS PROMISSORES**. É nesse contexto que surge o interesse pelos negócios sociais, que aliam esforços para suprir lacunas socioambientais de parte da nossa sociedade, sem abrir mão dos **LUCROS** e da dinâmica empresarial.

Os **NEGÓCIOS SOCIAIS** também são chamados de empresas sociais, empresas 2.5, empresas BOP (base da pirâmide) ou negócios inclusivos. Podem distribuir seus lucros entre os investidores e sócios, da mesma maneira que podem reinvestir todo o resultado no próprio negócio de forma a gerar mais **RESULTADOS & MAIS IMPACTO SOCIAL**.

Não abordaremos aqui a atuação de organizações não governamentais, como associações e fundações, por se tratar de outra dinâmica de operação, fortemente vinculada a subvenções, doações e patrocínios.

Atualmente o Sebrae busca apoiar os **NEGÓCIOS LUCRATIVOS** e que geram impacto socioambiental, que estão diretamente ligados com a atividade principal da instituição, e levar a eles suas soluções de fortalecimento gerencial, **INOVAÇÃO** e demais produtos e serviços.

O QUE SÃO NEGÓCIOS SOCIAIS?

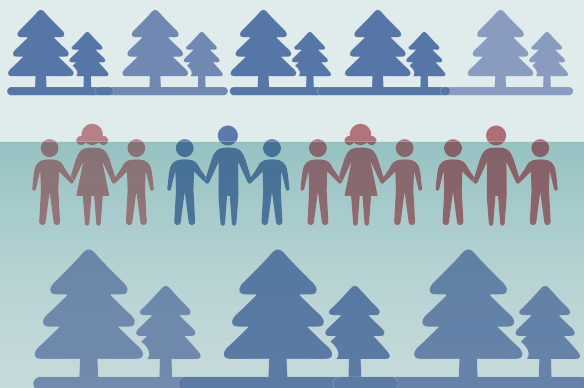
São empreendimentos que focam o seu negócio principal na solução, ou minimização, de um problema social ou ambiental de uma coletividade. Esse objetivo faz parte do seu plano de negócios e é o que vai trazer lucro para a empresa. A viabilidade econômica do negócio é crucial para sua sobrevivência, que não busca subvenções e patrocínios. Portanto, **VIABILIDADE ECONÔMICA & PREOCUPAÇÃO SOCIAL** e ambiental possuem a mesma importância e fazem parte do mesmo plano de negócios.

Além disso, esses empreendimentos buscam incentivar o **CONSUMO RESPONSÁVEL** e sustentável, sem endividamentos excessivos.



MAS E AS ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS, COMO ASSOCIAÇÕES E FUNDAÇÕES? QUAL A DIFERENÇA?

Ao contrário de instituições sem fins lucrativos como associações e fundações, os **NEGÓCIOS SOCIAIS TEM O INTUITO LUCRATIVO** e podem repartir esses dividendos entre seus sócios e investidores. Fora as diferenças jurídicas, os primeiros reinvestem todos os resultados positivos da sua atividade em si mesmo. Os negócios sociais **REPARTEM OS LUCROS ENTRE SEUS SÓCIOS**, como uma empresa tradicional, o que lhes confere um grande potencial de sustentabilidade econômica e escalabilidade, conseguindo, com isso, atrair mais investidores e mais interessados.



QUAL É O PÚBLICO ALVO DESSES NEGÓCIOS?

Os clientes dos negócios sociais serão pessoas da faixa de renda mais baixa, as chamadas **CLASSES C, D E E**. Também podem ser todos aqueles envolvidos com a minimização de impactos ambientais, sejam pessoas físicas ou jurídicas.



ENTÃO TODA EMPRESA QUE TEM COMO CLIENTES ESSES PÚBLICOS SÃO NEGÓCIOS SOCIAIS?

Não. A intencionalidade é um fator importante e diferencial nos negócios sociais. Bem como sua **RELAÇÃO COM A REALIDADE LOCAL E COMPROMISSO** com o desenvolvimento do território ou de uma coletividade. A análise da realidade social e seu contexto são fundamentais para determinar o negócio social.

Imagine um caso típico de empreendedor, morador de uma comunidade de baixa renda, que é incentivada e apoiada pelo Sebrae a abrir o seu próprio negócio como meio de geração de trabalho e renda. Esses empreendimentos podem ser um restaurante, um salão de beleza ou uma oficina mecânica. Estes casos não devem ser considerados **NEGÓCIOS SOCIAIS** apenas pelo fato de serem geridos por um empreendedor de baixa renda e por funcionar dentro de uma comunidade de baixa renda. Porém, se esse mesmo negócio fosse uma iniciativa de um empreendedor que tivesse diretamente dedicado a melhorar a situação econômica e social de um grupo de pessoas, poderia ser considerado um negócio social. Ele poderia empregar jovens envolvidos com o crime, egressos do sistema penitenciário, pessoas da terceira idade, portadores de necessidades especiais, ensinar ofícios, buscar o equilíbrio ambiental, criar um encadeamento produtivo com fornecedores locais de baixa renda, dentre outras coisas.

Da mesma maneira o conceito não se aplica a grandes empresas que têm bons e relevantes projetos sociais e ambientais, comumente vinculados a seus departamentos de responsabilidade socioambiental, pelo fato dessas iniciativas não fazerem parte do negócio principal da empresa.



O QUE DEVO ANALISAR PARA CRIAR UMA EMPRESA QUE BUSQUE UM IMPACTO SOCIAL ENTÃO?

Alguns **EXEMPLOS** de bons nichos para negócios sociais são:

- Produtos ou serviços com **PREÇOS MAIS ACESSÍVEIS**, baseados no comércio justo, focados nos mercados de baixa renda e que atendam necessidades nas áreas de saneamento básico, energia, alimentação, saúde, habitação etc.
- Estruturação da cadeia produtiva de empreendimentos diversos inserindo **GRUPOS DE BAIXA RENDA**. Esse grupo pode ser donos do negócio, fornecedores ou distribuidores.
- Fornecimento de equipamentos, matérias primas e serviços que incrementem a produtividade de empreendimentos dos **SETORES DE BAIXA RENDA**.



HÁ UM PERFIL PARA ESSE TIPO DE EMPREENDEDOR?

Sim, há alguns:

- Empreendedores das **CLASSES C, D E E**, que fazem parte da cadeia produtiva: sócios, fornecedores e/ou distribuidores e cujos produtos e serviços trazem impactos sociais/ambientais positivos às comunidades locais.
- Profissionais buscando reposicionamento da carreira para criar ou gerenciar novos negócios que causam **IMPACTO SOCIAL/AMBIENTAL POSITIVO**.
- Recém-formados ou **ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS**, com espírito empreendedor, que se interessem em abrir uma *start up* de negócios sociais.
- Gestores e empreendedores de negócios sociais oriundos de organizações do **TERCEIRO SETOR**, porém empreendendo com personalidade jurídica de empresa comercial, e não ONG.
- Grupos envolvidos em **EMPREENDEDORISMO COLETIVO**, solidários e geridos por eles mesmos (empreendimentos da economia solidária, empreendimentos de comércio justo, cooperativas, consórcios, associações de produtores rurais, associações de comércio e indústria).
- Pessoas oriundas de **GRUPOS COM DIFICULDADE** de inserção no mercado de trabalho, como egressos do sistema penal, pessoas com deficiências/necessidades especiais, minorias étnicas (indígenas e comunidades quilombolas) e jovens em situação de risco social.



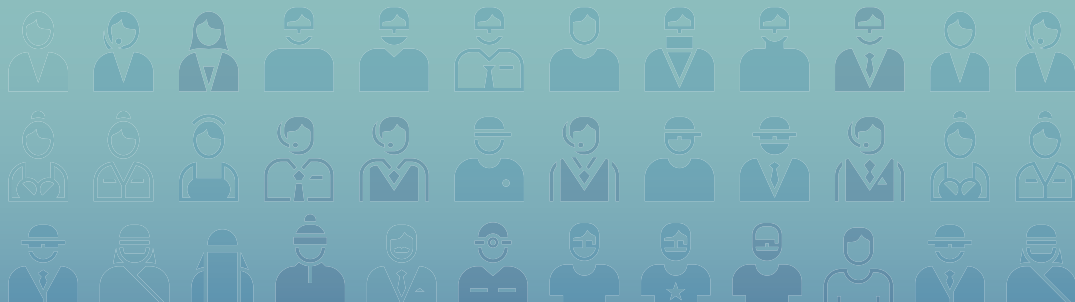
O SEBRAE TÊM PRODUTOS E SERVIÇOS PARA ESSES EMPREENDEDORES?

Sim. O Sebrae dispõe de uma gama de treinamentos e consultorias para os empreendedores como um todo. São serviços que vão desde a identificação e preparação do negócio até a inovação e sustentabilidade ambiental.

E para cada perfil acima há treinamentos e consultorias que podem ser direcionados. É importante frisar que o Sebrae identifica seus públicos por porte, segundo as categorias abaixo:

- **POTENCIAL EMPREENDEDOR** (indivíduo que não tem negócio próprio e não está envolvido na estruturação de um negócio);
- **POTENCIAL EMPRESÁRIO** (indivíduos que possuem negócio próprio mas não tem registro formal ou que não possuem negócio próprio, mas que está ativamente envolvido na sua estruturação);





- **PRODUTOR RURAL** (pessoa física que explora atividades agrícolas, aquícolas e/ou pecuárias com faturamento de até R\$ 3,6 milhões/ano e que possui CNPJ, DAP, inscrição estadual do produtor ou Registro Geral da Pesca (RGP);
- **MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL** (empresário que fatura até R\$ 60.000 por ano, pode ter, no máximo, um funcionário e esteja enquadrado nas atividades dispostas na legislação específica);
- **MICROEMPRESA** (fatura até R\$ 360.000 por ano);
- **PEQUENA EMPRESA** (fatura entre R\$ 360.000 e R\$ 3.600.000 por ano).



DÊ ALGUNS EXEMPLOS MAIS PRÁTICOS DE NEGÓCIOS SOCIAIS.



- **ÁGUA E SANEAMENTO BÁSICO** - por exemplo: um negócio social que desenvolve e comercializa tecnologia inovadora e de baixo custo para o reaproveitamento e reutilização de água escura, para uso doméstico, em comunidade afetada pela estiagem.



- **AGRICULTURA** - por exemplo: um negócio social que trabalhe com a formação de pequenos agricultores dentro das técnicas da agroecologia e cria um modelo de distribuição de cestas de produtos orgânicos aos consumidores, promovendo uma eficiente cadeia produtiva.



- **ARTESANATO** - por exemplo: um negócio social que desenvolve acessórios e brindes artesanais provenientes de resíduos gerados da operação de outras empresas e os comercializa em grandes feiras de brindes corporativos ou venda direta, gerando receita para os artesãos e outras instituições envolvidas.



- **CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO** - por exemplo: um dos maiores problemas para artesãos e pequenos produtores rurais é a comercialização dos produtos. Uma das saídas que busca resolver esta questão é a criação de uma rede de venda direta, porta a porta, de produtos artesanais produzidos por grupos de baixa renda. A rede é operada por vendedoras que ganham comissão a partir de suas vendas. E os grupos produtivos ampliam sua receita não só com as vendas, mas com o fortalecimento da qualidade produtiva.



- **CULTURA** - por exemplo: um negócio social que preste consultoria a espaços culturais como museus para adequações à acessibilidade de pessoas com deficiências auditivas, visuais, mentais ou motoras. Além de promover mudanças na arquitetura desses locais, também são formados agentes culturais para o atendimento especializado deste público e desenvolvidos novos projetos culturais e exposições de arte, que já inclui a acessibilidade na sua concepção.



- **EDUCAÇÃO** - por exemplo: creches comunitárias particulares oferecendo educação de alta qualidade e em horário comercial para que os pais possam trabalhar, a um preço acessível para as famílias de baixa renda; ou aulas interativas de reforço escolar para determinadas disciplinas via plataforma online que pode ser acessada gratuitamente.



- **ENERGIA** - por exemplo: negócio social que desenvolve tecnologia de geração de energia solar, como é o caso de fogões solares, a preços acessíveis para famílias sem acesso à rede de distribuição elétrica.



- **HABITAÇÃO** - por exemplo: um negócio social que produz e comercializa tijolos ecológicos para baratear o custo em obras de construção em comunidades carentes e envolve o público na sua fabricação.



- **MEIO AMBIENTE** - por exemplo: um negócio social que presta serviços a grandes empresas que desejam certificar suas operações e obter licenças ambientais e capacitam técnicos a trabalharem com o manejo sustentável em área de reservas ambientais.



- **TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO** - por exemplo: plataforma online de divulgação de dados sobre medicamentos de baixo custo, vacinação e postos de atendimentos de saúde, com o intuito de oferecer acesso à informação de qualidade e contribuir para a prevenção de doenças.



- **TURISMO** - por exemplo: uma agência de turismo que tem compromisso com o desenvolvimento dos locais que serão visitados por seus clientes, oferecendo vivência e conhecimento sobre as manifestações culturais locais. Além disso, preparam a população local para receber bem os turistas, com aberturas de casas de albergues, pequenas pousadas e transformam a visita de um ateliê de um artista popular em uma aula experimental.



- **SAÚDE** - por exemplo: oferecimento de consultas e exames médicos de boa qualidade a preços acessíveis para a população de baixa renda que não tem acesso a planos de saúde e desenvolvimento de aparelhos médicos com tecnologia de ponta, mas de baixo custo financeiro.



- **SERVIÇOS FINANCEIROS/MICROFINANÇAS** - por exemplo: um negócio social que fornece crédito ágil e desburocratizado para pequenos empreendedores, em sua maioria comerciantes formais ou informais excluídos da política do sistema financeiro e também oferece um trabalho de fortalecimento da gestão financeira desses pequenos negócios.



EXISTE ALGUMA LEI QUE DEFINA O QUE SÃO NEGÓCIOS SOCIAIS? HÁ ALGUM TRATAMENTO DIFERENCIADO?



Não. Os negócios sociais são como outros quaisquer, diferenciando-se em sua finalidade. Mas vale lembrar que há políticas públicas muito importantes de apoio e fomento aos pequenos negócios que desburocratizam e os desoneram muito, além de dar a eles ferramentas de ampliação de competitividade e acesso a mercados.

Lembramos do Simples Nacional, que reduz a carga tributária de pequenos negócios que faturam até R\$ 3,6 milhões por ano em até 80%, além de unificar o recolhimento de 8 tributos e isentar outros vários. Há também o Microempreendedor Individual/MEI, para aqueles empreendimentos sem sócios que faturam até R\$ 60.000 por ano. Esse tipo de empreendimento pode ser aberto pela internet, sem custo algum e com uma contribuição mensal de apenas 5% do salário mínimo acrescida de um valor de até R\$ 6,00, a título basicamente de cobertura previdenciária para o empreendedor.

Além disso, foi-se o tempo em que abrir uma empresa no Brasil demorava meses. Hoje, para empreendimentos que não apresentam riscos para a sociedade, os processos são muito simplificados em grande parte dos municípios, com dispensa de vistorias prévias e menos papelada. Mas isso varia de município para município, então é importante ter essa preocupação na preparação do seu plano de negócios.

Como qualquer outra empresa, um negócio social está apto a usufruir dessas políticas normalmente.

TERRITORIOSEMREDE.COM.BR
YOUTUBE.COM/UDTSEBRAE
TWITTER: @SEBRAE_UDT
FACEBOOK.COM/UDT.SEBRAE

© TERRITORIOSEMREDE.COM.BR



SEBRAE

0800 570 0800 / sebrae.com.br

ISBN 978-85-7333-597-2



9 788573 335972