

QUAL MINAS GERAIS OS NEGÓCIOS DE IMPACTO IMPACTAM? UMA ANÁLISE A PARTIR DA DISPERSÃO ESPACIAL

WHICH MINAS GERAIS (BRAZIL) DO IMPACT BUSINESS IMPACT? AN ANALYSIS FROM THE SPATIAL DISPERSION

¿QUÉ MINAS GERAIS (BRASIL) IMPACTAN LAS EMPRESAS CON IMPACTO? UN ANÁLISIS CENTRADA EN LA DISPERSIÓN ESPACIAL

Ramon Jung Pereira, BEL

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais/Brazil
ramonjung@hotmail.com

Frederico Dornellas Martins Quintão, BEL

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais/Brazil
fredericodmq@gmail.com

Armindo dos Santos de Sousa Teodósio, PhD

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais/Brazil
armindo.teodosio@gmail.com

Tatiane Lúcia de Melo, BEL

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais/Brazil
tatyec@yahoo.com.br

RESUMO

O presente artigo discute a distribuição espacial de Negócios de Impacto (NI) em Minas Gerais, identificando campos de atuação, públicos impactados e variáveis que influenciam diretamente ou indiretamente na sua dispersão geográfica. Foram adotadas as principais abordagens da literatura para compreensão crítica do tema, como Hart (2005), Prahalad (2010), Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010), Barki, Rodrigues e Comini (2020), Teodósio e Comini (2012). Ao se compreender a dispersão espacial de NI mineiros e os elementos que os impactam, procura-se entender se há convergência entre demandas socioambientais e a emergência de NI no contexto analisado. Bases de dados secundárias e análises documentais permitiram a construção de mapas e figuras capazes de representar a dispersão geográfica de NI em territórios do contexto mineiro. Os resultados demonstram alta concentração de iniciativas em regiões do estado com maior dinamismo econômico e IDH. Variáveis como atratividade e concentração de riqueza em estados limítrofes, estrutura socioeconômica regional e PIB possuem papel importante nesta concentração.

Palavras-chave: Negócios de Impacto; Impacto Social; Sustentabilidade; Economia Mineira.

ABSTRACT

This paper discusses the spatial distribution of Impact Business (IB) in Minas Gerais, Brazil, identifying their actions, impacted people and variables that directly or indirectly influence their geographic dispersion. The main approaches of the literature were adopted for critical understanding of the field, such as Hart (2005), Prahalad (2010), Yunus, Moingeon and Lehmann-Ortega (2010), Barki, Rodrigues and Comini (2020), Teodósio and Comini (2012). By understanding the spatial dispersion of IB and the elements that impact them, we seek to understand whether there is a convergence between socio-environmental demands and the emergence of IB in the analyzed context. Secondary data collection and document analysis were performed, which allowed the construction of maps and figures capable of representing the geographical dispersion of IB in the Minas Gerais context. The results demonstrate a high concentration of initiatives in regions of the state with greater economic dynamism and HDI. Variables such as attractiveness and wealth concentration in bordering states, regional socioeconomic structure and GDP play an important role in this concentration.

Keywords: Impact Business; Social Impact; Sustainability; Economy of Minas Gerais (Brazil).



RESUMEN

Este artículo analiza la distribución espacial de las Empresas con Impacto (EI) en Minas Gerais, Brasil, identificando su acciones, personas impactadas y variables que influyen directa o indirectamente en su dispersión geográfica. Se adoptaron los principales enfoques de la literatura para una comprensión crítica al tema, como Hart (2005), Prahalad (2010), Yunus, Moingeon y Lehmann-Ortega (2010), Barki, Rodrigues y Comini (2020), Teodósio y Comini (2012). Al comprender la dispersión espacial de las EI mineras y los elementos que los impactan, buscamos comprender si existe una convergencia entre las demandas socioambientales y la emergencia de EI en el contexto analizado. Se realizó recolección de datos secundarios y análisis documental, lo que permitió la construcción de mapas y figuras capaces de representar la dispersión geográfica de las EI en Minas Gerais. Los resultados demuestran una alta concentración de iniciativas en las regiones del estado con mayor dinamismo económico e IDH. Variables como el atractivo y la concentración de la riqueza en los estados limítrofes, la estructura socioeconómica regional y el PIB juegan un papel importante en esta concentración.

Palabras clave: Empresas con Impacto; Impacto Social; Sostenibilidad; Economía de Minas Gerais (Brasil).

INTRODUÇÃO

Ao longo dos dois últimos séculos as relações entre capital, trabalho e natureza tem produzido avanços dentro do que se convencionou entender como desenvolvimento econômico, além de promover significativos impactos negativos na natureza e nas relações sociais (Abramovay, 2012; Dowbor, 2017). Como aponta o relatório produzido pela ONU (2021), cerca de 1,3 bilhão de pessoas no mundo vivem em situação de pobreza e não possuem condições básicas de alimentação. A degradação do meio ambiente, a escassez de recursos, a desigualdade social e os altos índices de miséria são assuntos que vem ganhando centralidade em debates e merecendo a atenção de organismos internacionais, instituições públicas, organizações da sociedade civil e empresas privadas (Raworth, 2019; Rosolen et al., 2014).

Uma série de empreendimentos que vão além da convencional busca pela rentabilidade, levando em consideração públicos em situação de pobreza e vulnerabilidade, tem se disseminado pelo mundo. Considerando este cenário, emerge a noção de Negócios de Impacto (NI), que são aqueles cujas atividades visam combater problemas socioambientais através de empreendimentos ou organizações que atuam no ambiente de mercado como ofertadoras de produtos e serviços (Barki, Rodrigues, & Comini, 2020; Mair, 2006). Diversos estudos têm sido feitos buscando não apenas chegar a um consenso sobre o conceito ou desenvolver abordagens distintas sobre o mesmo fenômeno (Barki, 2014; Barki, Rodrigues & Comini, 2020; Besley & Ghatak, 2017; Comini et al., 2012; Iisuka, 2016; Mswaka & Aluko, 2015; Peredo & McLean, 2006), mas também compreender os contextos nacionais e regionais em diversos países do mundo, incluindo o Brasil, que caracterizam a difusão desses negócios (Defourny & Nyssens, 2017; PNUD Brasil & Sebrae, 2018).

O presente artigo se propõe a realizar o mapeamento de NI atuantes no estado de Minas Gerais, visando identificar como estão distribuídas nas regiões do estado, destacando suas áreas de impacto, soluções, públicos impactados e, conseqüentemente, outras variáveis que podem influenciar diretamente ou indiretamente na sua dispersão geográfica, como indicadores sociais, ambientais e financeiros regionais. O estado de Minas Gerais é marcado por desigualdades regionais que expressam diferentes condições de vulnerabilidade social, pobreza e riscos ambientais no seio de sua população e comunidades. Há locais com elevado PIB *per capita* e IDH, ao mesmo tempo em que podem ser encontradas regiões marcadas pela permanência da pobreza, desigualdade e vulnerabilidade.

Minas Gerais, nesse sentido, espelha as contradições e o desenvolvimento desigual que marcam o próprio Brasil ao longo de sua trajetória como nação. Ao se compreender a dispersão espacial dos NI no estado e os elementos que os impactam, procura-se entender se há uma convergência entre demandas socioambientais e a emergência de NI no contexto regional analisado. Essa relação de convergência (ou não) se constitui em uma das questões centrais para investigações sobre a relevância e impacto dos NI, tema que vem, de forma crescente, atraindo o interesse de pesquisadores brasileiros nos últimos anos (Barki, Rodrigues, & Comini, 2020).

Para responder à pergunta de pesquisa, o artigo se estrutura a partir de uma revisão teórica na qual são apresentadas diferentes abordagens sobre NI, sendo necessária a adoção de uma perspectiva crítica sobre esse fenômeno – que será a lente de leitura do campo a ser investigado. Em seguida, foi realizada uma descrição dos procedimentos metodológicos da investigação, que se baseia na coleta e análise de dados secundários. Na discussão dos resultados, a partir da apresentação de mapas, figuras e gráficos, foram apontados os dados encontrados e discutidas as implicações da forma como os NI se distribuem geograficamente em Minas Gerais, suas atuações, impactos e públicos afetados.

2 UMA COMPREENSÃO CRÍTICA SOBRE NEGÓCIOS DE IMPACTO

Ao se abordar temas relacionados a negócios, comumente encontram-se os tradicionais, ligados à competitividade e lucratividade das organizações, e os que geram impactos sociais e ambientais. Em síntese, se por um lado os negócios tradicionais têm “a função social de gerar lucro aos sócios” (Friedman, 1970), os NI buscam, da mesma forma, gerar lucro. Entretanto, este tipo de negócio apresenta a função social de ser direcionado para resolução de problemas socioambientais diversos (Barki, 2015; Barki, Rodrigues & Comini, 2020). Esses negócios buscam equilíbrio entre a obtenção de lucros econômicos e objetivos sociais, além de possuírem autonomia financeira, ponto este que seria uma das principais características que diferenciaria os NI das Organizações da Sociedade Civil (Besley & Ghatak, 2017; Defourny & Borzaga, 2001). Existem diversas abordagens que visam explicar o fenômeno dos NI (Abramovay, 2012; Defourny & Nyssens, 2010), sendo algumas delas: Negócios da Base da Pirâmide ou BoP – sigla de *Bottom ou Base of the Pyramid* – (Prahalad & Hart, 2002), Negócios Sociais (Yunus, Moingeon, & Lehmann-Ortega, 2010) e Negócios Inclusivos (Teodósio & Comini, 2012).

No final da década de 90, autores como Prahalad et al. (2005) iniciaram estudos acerca de Negócios da Base da Pirâmide, através de debates sobre a criação de modelos empresariais voltados para atendimento de necessidades das populações mais pobres e vulneráveis. Muitos pesquisadores que se inscrevem na agenda de pesquisa da BoP afirmam que os mais pobres não devem ser tratados como “vítimas”, passando a reconhecê-los como empreendedores criativos, conscientes e consumidores ativos. Dessa forma, poderiam surgir muitas oportunidades de negócios voltados à resolução de problemas sociais e ambientais (Dembek, Sivasubramaniam, & Chmielewski, 2020; Yin, Cole, & Chen; 2022).

Prahalad (2010) e Hart (2005) buscam demonstrar como negócios voltados para a camada mais pobre da população mundial (a base da pirâmide econômica), e não somente para a população de alto poder aquisitivo, podem gerar lucro e ao mesmo tempo contribuir para a erradicação da pobreza. Isso poderia ser dinamizado através da geração de inovação, de novas tecnologias, produtos, serviços e modelos de negócios, além da promoção de parcerias entre empresas, organizações da sociedade civil, governos e membros das comunidades

locais (Miron Jappe, 2013; Phillips, 2015; Yin, Cole, & Chen, 2022). Investir em países em desenvolvimento tem sido uma prática comum, porém, as empresas multinacionais que se instalam em países subdesenvolvidos visam uma pequena porcentagem da população dessas nações que têm alta renda para consumir seus produtos, e acabam atendendo apenas um mercado que tem perfil semelhante ao do consumidor médio norte americano ou europeu (Kolk, Rivera-Santos & Rufín 2014).

Como apontado por Petrini et al. (2016), as abordagens de Hart (2005) e Prahalad (2005) apareceram com a saturação dos mercados dos países centrais, pressionando as organizações a se orientarem para a base da pirâmide. Esse cenário levou as corporações transnacionais à criação de novas soluções e estratégias para operar em economias emergentes, tendo que construir um discurso relacionado ao enfrentamento da pobreza e da desigualdade social (Faria & Hemais, 2017; Kolk, Rivera-Santos, & Rufín, 2014; Peredo, Montgomery, & McLean, 2017; Pol & Ville, 2009).

Apesar dessa assertiva defendida por aqueles que se alinham à perspectiva da BoP, é importante refletir até que ponto essas estratégias conseguem desenvolver relações baseadas na inclusão e protagonismos dos mais pobres e das organizações mais próximas às comunidades. Análises que fazem balanços sobre os impactos das estratégias BoP sobre a desigualdade, a pobreza e a promoção da sustentabilidade em cadeias globais capitaneadas por corporações transnacionais não confirmam o suposto sucesso das estratégias BoP, mesmo depois que foram reformuladas, ou seja, nas abordagens subsequentes nomeadas de BoP 2.0 e 3.0 (Dembek, Sivasubramaniam, & Chmielewski, 2020; Faria & Hemais, 2017; Kolk, Rivera-Santos & Rufín, 2014).

A origem do termo Negócio Social se dá partir de alguns conceitos da economia capitalista em seu processo de implementação, utilizando-se da literatura sobre negócios convencionais (Yunus, Moingeon, & Lehmann-Ortega, 2010). O modelo de NI apresentaria pontos de convergência e de distanciamento em relação a um negócio tradicional, porém, seria orientado pelos princípios de concepção de um empreendimento com foco social (Reffico & Guitiérrez, 2016). Barki, Rodrigues e Comini (2020) apontam a vertente dos Negócios de Impacto/Negócios Sociais como mais uma frente teórica e prática de proposição de uma visão mais social para o capitalismo, similar, em alguma medida, com algumas das frentes que se seguem: Responsabilidade Social Corporativa (Aguinis & Glavas, 2012; Carroll, 1991; Dahlsrud, 2008); Sustentabilidade e *Triple Bottom Line* (Elkington, 2001); Capitalismo Consciente (Mackey & Sisodia, 2014; Sisodia, 2009); Benefit Corporation (Kim, Karlesky, Myers, & Schifeling, 2016); Hibridismo Organizacional (Battilana & Dorado, 2010; McMullen, 2018); e mais.

O conceito de Negócio Social de Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010) exige aprofundamento para a compreensão de suas implicações, tanto teóricas quanto em termos práticos no que tange à organização em si (Reffico & Guitiérrez, 2016). Comini (2016) afirma que é possível encontrar na literatura três correntes que explicam os Negócios Sociais: uma mais coletivista ou comunitarista; uma orientada para o mercado; e a aquela que problematiza a exclusão e desigualdade.

De forma sucinta, pode-se mencionar a abordagem muito presente em centros de estudo de influência estadunidense, na qual NI é entendido como sendo “qualquer tipo de organização envolvida em atividades de valor social significativo, ou que produzam bens e serviços para fomentar um propósito social, independentemente da forma legal” (João, 2012, p.3). No caso da perspectiva estadunidense, como afirma Ferreira et al. (2014), o NI está vinculado a ideia de organizações privadas com lógica de mercado para a solução de problemas sociais.

Dentro das abordagens europeias, como aquela trazida pela *Emergence of Social Enterprises in Europe* (EMES) – uma rede formada por um grupo de estudiosos que pesquisam temas a respeito do terceiro setor no continente europeu –, argumenta que existe um tipo ideal de negócio social, ou um “conjunto de princípios orientadores”, aos quais todos os negócios do tipo devem se basear, independentemente da forma que possuem (Defourny & Nyssens, 2012). Nesse sentido, os NI podem ser definidos como organizações com um objetivo explícito de beneficiar comunidade através da geração de empregos e da busca de objetivos sociais acordados e mensuráveis (Ambrose-Oji, Lawrence, & Stewart, 2015; Comini et al., 2013; Munoz, Farmer, Winterton, & Barraket, 2015).

Teodósio e Comini (2012) afirmam que os Negócios Inclusivos envolvem a população de baixa renda tanto no papel de consumidores, quanto de empregados ou proprietários, promovendo a participação dessas pessoas diretamente no processo de desenvolvimento econômico e sustentável. Moura (2011) define, enquanto Souza, Bressan e Carrieri (2022), e Jung, Teodósio e Mswaka (2022) ilustram que o modelo de Negócios Inclusivos não abrange apenas a combinação de sustentabilidade financeira e geração de valor social, mas a efetiva inserção de população em situação de vulnerabilidade social no processo produtivo de um negócio, não o colocando somente como consumidor final. Petrini et al. (2016) afirmam que esses negócios envolvem qualquer produto ou serviço, desde que inclua a população de baixa renda no processo de produção, fornecimento ou distribuição, sendo que seus clientes podem ser qualquer pessoa, inclusive e sobretudo a população de baixa renda.

Na presente investigação adotou-se a preocupação, típica da abordagem de centros de pesquisa e investigadores orientados para a realidade de países em desenvolvimento, que tem como foco a discussão sobre desigualdades, a pobreza e a exclusão. Em sociedades marcadas pela desigualdade, como o Brasil, essa atenção das investigações sobre NI se torna mais relevante, na medida em que permite se compreender como transformações sociais acontecem a partir desses tipos de negócios, reduzindo ou não desigualdades não apenas econômicas, mas sociais, políticas, culturais, de acesso a direitos e cidadania, inclusive o direito ao acesso a um meio ambiente propício à sustentabilidade e à vida humana digna. Com isso, a abordagem crítica sobre o fenômeno dos NI, tal qual aquelas desenvolvidas por Barki, Rodrigues e Comini (2020), Faria e Hemais (2017), e Peredo e McLean (2006), não pode se furtar a compreender em que medida esses negócios são efetivamente agentes de mudança orientados para população em situação de vulnerabilidade socioambiental ou em situação de pobreza e até que ponto essas atividades de mercado conseguem alterar a realidade de desigualdade que marca a sociedade brasileira.

Compreender a delimitação de cada uma dessas abordagens e deixar clara a orientação teórica que guia a pesquisa se faz essencial para fundamentar a análise das informações que serão expostas a seguir, na qual foi investigado ‘o contexto regional dos NI mineiros. Conforme se argumenta também nos tópicos subsequentes, a realidade socioeconômica, cultural, política, ambiental e regional brasileira demanda abordagens sobre o fenômeno dos NI que consigam problematizar suas possibilidades e limitações de alterar contextos marcados por profunda exclusão social, desigualdade e vulnerabilidade de muitos segmentos e grupos sociais, que se acabam se tornando invisíveis para a sociedade e para as pesquisas que não se orientam por uma visão crítica do fenômeno dos NI (Faria & Hemais, 2017; Peredo & McLean, 2006).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Estabelecido o foco conceitual de abordagem, a etapa seguinte se deu pela busca por NI em Minas Gerais, decisão essa que foi apoiada pela relevância nacional da região. Segundo o IBGE (2016), Minas Gerais é um dos maiores estados brasileiros com cerca de 19.597.330 habitantes, distribuídos em 853 municípios. Além disso, apresenta um PIB que gira na casa dos R\$ 287 bilhões, sendo que pouco mais de 50% da população do estado – 9,94 milhões de pessoas – são consideradas economicamente ativas.

Como estratégia de coleta de dados, optou-se por obter informações juntamente aos grupos de pesquisa de universidades que realizam estudos na temática de NI e em organismos de apoio ao desenvolvimento de negócios dessa natureza, sendo caracterizados por um ecossistema de aceleradoras, fundos filantrópicos, fundações e incubadoras presentes nas diferentes regiões do estado (PNUD Brasil & Sebrae, 2018), Bases secundárias, ou seja, outros estudos que traziam bases com informações sobre incidência e localização de NI também foram mobilizadas na coleta e tratamento dos dados. Dentro desse contexto, analisou-se a base de dados da Pipe Social (www.pipe.social), uma plataforma nacional que pesquisa e divulga informações sobre contexto de crescimento e desenvolvimento de NI brasileiros (Pipe, 2021). Somado a isso, foram analisados documentos, relatórios e artigos públicos cedidos pelos próprios NI em *sites* e mídias institucionais.

Cada NI identificado foi registrado conforme sua localização no estado, região, solução, área de impacto, valor gerado e público impactado. Ao mesmo tempo, indicadores sociais, ambientais e financeiros das regiões de atuação desses NI foram destacados. Objetivando a confiabilidade do banco de dados, foi realizada a triangulação dos dados advindos das fontes de evidências, em busca de possíveis contradições e problemas. Além disso, em meio a tentativa de garantir que essas empresas de fato existiriam, optou-se pela procura na internet e em redes sociais sobre sinais de que as atividades das empresas selecionadas estavam sendo realizadas. Entretanto, não foi possível identificar todas as empresas por essa abordagem, uma vez que muitas delas não utilizavam estratégias digitais, nem mesmo tinham intuito de divulgar o trabalho, devido ao possível estágio de vida.

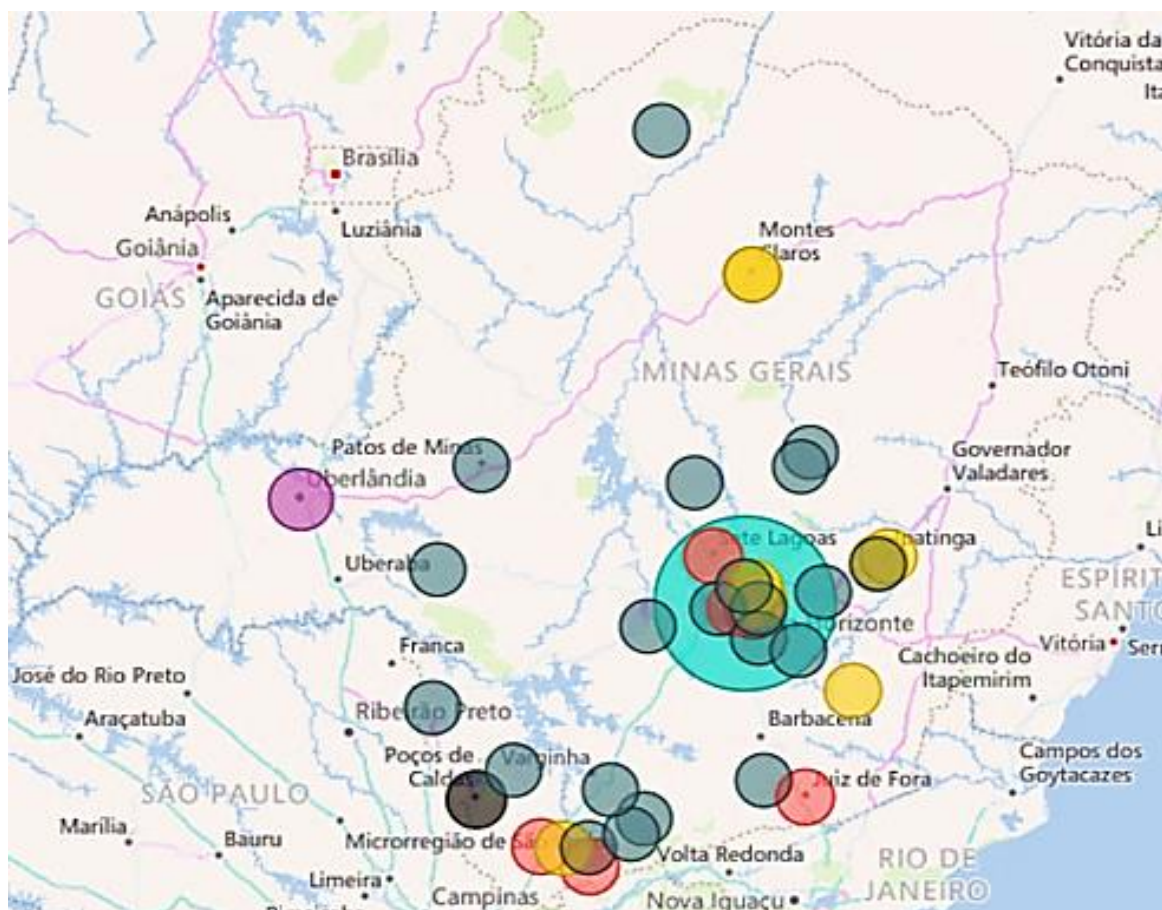
Foi realizada a tabulação, tratamento e organização dos dados pelo “*Microsoft Office Excel*”, para preparação para a análise quantitativa. Uma vez organizados, os dados foram transferidos para a ferramenta “*Microsoft Power BI*”, visando a realização das análises de frequências georreferenciadas e a triangulação dos resultados encontrados no que se refere a localização, atuação, impacto e públicos impactados.

4 A DISPERSÃO GEOGRÁFICA DE NEGÓCIOS DE IMPACTO

É sabido que desde o ano de 2000, conforme apontam PNUD Brasil e Sebrae (2018) e Comini (2016), há um fenômeno de crescimento de NI em todo o Brasil. Em Minas Gerais, um dos locais de referência deste fenômeno, deu-se a primeira etapa do estudo, onde foi possível encontrar informações relevantes sobre duzentos NI. É possível afirmar que os principais achados se concentram nas cidades de Belo Horizonte (123), Uberlândia (9), Poços de Caldas (5), Nova Lima (4), Contagem (3), Itajubá (3), Juiz de Fora (3), Pouso Alegre (3) e Sete Lagoas (3), enquanto em outras 29 cidades foi possível identificar entre um ou dois NI. Para ilustrar esses dados, optou-se por utilizar a modelagem de dados a partir do *software* “*Microsoft Power BI*”, realizando análises de frequências georreferenciadas com a abordagem de “mapa de bolhas”. Nesse modelo, cada ponto da rede é

representado por uma “bolha”, sendo que sua cor e seu tamanho determinam sua força representativa perante as demais.

Figura 1 - Mapa de bolhas da presença de NI – A Força das Regiões



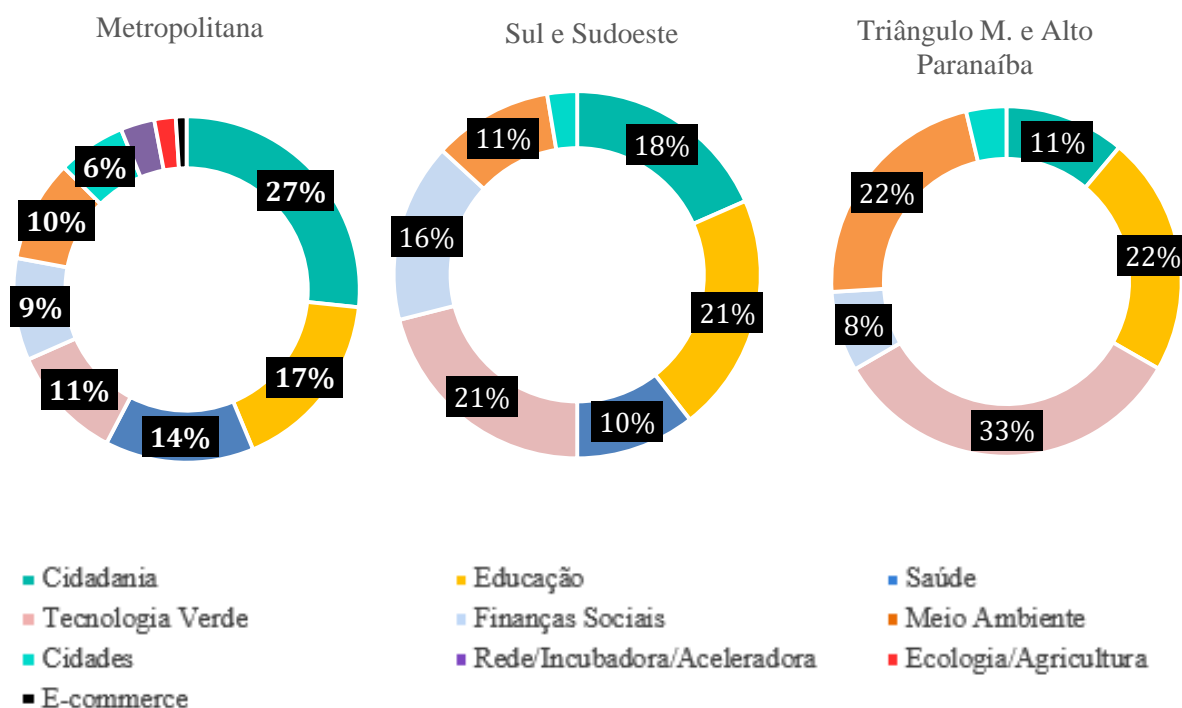
Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Por meio dessa observação, é possível afirmar que grande parte dos NI identificados se encontram, respectivamente, nas regiões Metropolitana, Sul e Sudoeste e Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba. As representações apresentadas anteriormente servem de base para que a discussão seja desenvolvida levando em consideração os conglomerados formados por tais regiões do estado, sendo a partir desse viés que os próximos dados serão apresentados e discutidos.

Uma vez identificados, foram realizadas as classificações de cada NI dentro de dez possíveis áreas de impacto – estabelecidas com base em classificações já utilizadas por duas organizações especializadas em NI: Pipe Social e Artemísia – sendo elas “Cidadania”, “Cidades (Habitação e/ou Mobilidade)”, “Ecologia/Agricultura”, “E-commerce”, “Educação”, “Finanças Sociais”, “Meio ambiente”, “Rede e/ou Incubadora/Aceleradora”, “Saúde” e “Tecnologia Verde”. Contudo, é importante salientar que as iniciativas mapeadas e analisadas poderiam se fazer presentes em mais de uma classificação se suas atividades pudessem impactar em múltiplos campos.

Quando aprofundamos a análise e estabelecemos ligações entre as variáveis “Região” e “Área de impacto”, abre-se o leque sobre as possíveis prioridades, demandas e incentivos que cada região de Minas Gerais poderia possuir, para que NI possam ser criados, desenvolvidos e administrados. Através dos resultados obtidos na análise da dispersão geográfica realizada anteriormente, optou-se por abordar as aglomerações regionais mais pertinentes, sendo a Metropolitana, Sul e Sudoeste e Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba. Enfatizando tais observações, apresenta-se a seguinte configuração das áreas de impacto por regiões mineiras:

Gráfico 1 - Atuação dos NI mineiros por região



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

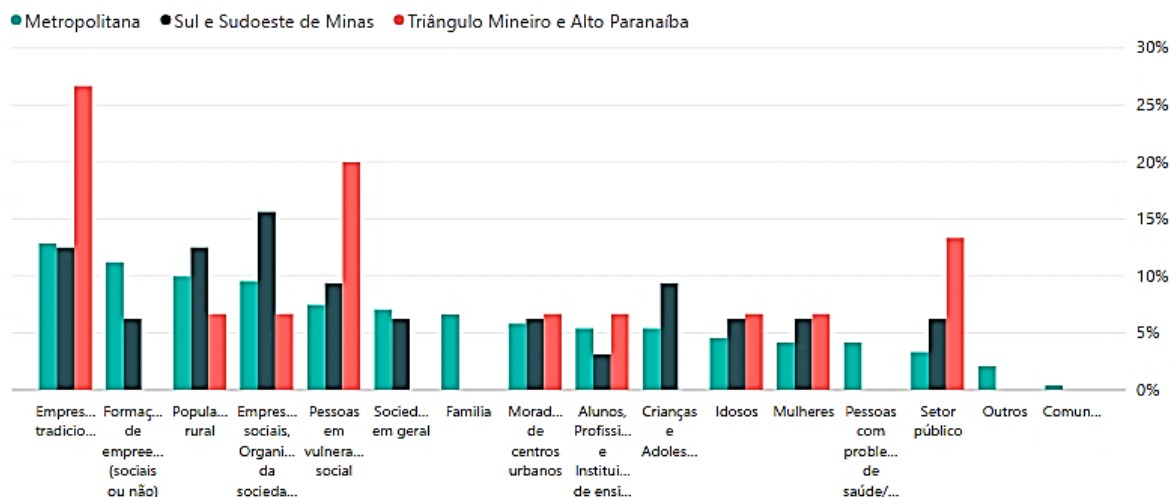
5 PÚBLICOS IMPACTADOS: “PARA QUEM SÃO OS NEGÓCIOS DE IMPACTO?”

Ciente de sua localização e área de impacto, é relevante identificar quais seriam os públicos, personagens e atores impactados com a forma na qual operam os NI mineiros identificados. Para isso, foram levantadas 81 opções que, visando viabilidade à análise e apresentação dos dados, foram organizadas em 16 grupos, determinados de acordo com análises dos autores perante documentos, relatórios e artigos públicos cedidos pelos próprios NI em sites e mídias institucionais.

Obteve-se os seguintes grupos: “alunos, profissionais e instituições de ensino”; “comunidade LGBTQIA+”; “crianças e adolescentes”; “negócios de impacto, organizações da sociedade civil e relacionados”; “empresas tradicionais”; “família”; “formação de empreendedores (sociais ou não)”; “idosos”; “moradores de centros urbanos”; “mulheres”; “pessoas com problemas de saúde/necessidades especiais (menos idosos)”; “pessoas em vulnerabilidade social”; “população rural”; “setor público”; “sociedade em geral”.

Sardanha (2013) afirma que o impacto gerado por NI não se restringe ao consumidor final, chegando também às partes interessadas, como funcionários, governo, sociedade, comunidade, entre outras. Com base em tal argumento, as empresas foram classificadas em mais de um grupo, claro, se fosse necessário. Assim, um NI poderia gerar impacto em mais de um público, dependendo do seu tipo de atividade. Com base em tais aspectos, obteve-se a seguinte distribuição percentual de acordo com as três principais regiões destacadas anteriormente – Metropolitana, Sul e Sudoeste e Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba:

Gráfico 2 - Públicos impactados pelos NI, por regiões do estado



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

A configuração estabelecida acima possibilita a observação de frequente ocorrência de atividades voltadas às empresas tradicionais, sendo elas o principal público impactado pelas atividades dos NI nas regiões Metropolitana e Triângulo Mineiro e a terceira mais impactada na região Sul e Sudoeste de Minas – seguindo tendência apontada pela Pipe Social (2021). Como a análise em questão é preliminar, não é possível identificar qual a natureza dessa relação apesar dessas iniciativas serem as detentoras de maior capital financeiro no sistema econômico em que estamos inseridos. Além do destaque para o desenvolvimento de trabalhos e soluções para empresas tradicionais, outro fator fortemente observado nas três regiões é a frequência de atuações com empreendedores, organizações da sociedade civil e outras NI. Tal questão, chama a atenção para um sistema fechado, que parece estabelecer mais trocas internas, entre empresas e atores similares a ele, do que trocas em sistemas abertos, dinâmicos e integrais, como aqueles teoricamente apontados por Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010) como propícios para a resolução de problemas sociais e ambientais. Essas características tendem a apontar para um ecossistema com características autopoieticas (Maturana & Varela, 1997), que se autoalimenta e é suficiente por si só – pouco coerente com diversas vertentes teóricas do campo.

Focalizando a análise por região, nota-se que os NI localizados no Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba têm as empresas tradicionais como maior público impactado, seguido de pessoas em vulnerabilidade social e setor público. Tais públicos são tendências de atividades de NI no país (Pipe Social, 2021). Contudo, vale salientar que o setor público ainda é pouco explorado, mesmo tendo demonstrado se configurar como um parceiro potente para as iniciativas em questão. Não foram encontradas iniciativas que trabalhassem com a”

Formação de Empreendimentos (sociais ou não)”, “Crianças e Adolescentes”, “Sociedade em geral” - sendo atuações relevantes nas demais regiões analisadas – “Família”, “Pessoas com problemas de saúde/necessidades especiais (menos idosos)” e “Comunidade LGBTQIA+”. Os campos de atuação predominantes são voltados para “Tecnologias Verdes”, “Meio Ambiente” e “Educação”.

As iniciativas do Sul e Sudoeste de Minas atuam mais fortemente em ações voltadas à “Negócios de Impacto, Organizações da sociedade civil e relacionados”, além da “População Rural” e “Empresas Tradicionais”. Na pesquisa em questão, não foi encontrada atuação direcionada à “Família”, “Pessoas com problemas de saúde/necessidades especiais (menos idosos)” e “Comunidade LGBTQIA+”. O campo de atuação da região é focado em “Tecnologias Verdes”, “Educação” e “Cidadania”.

Por fim, apresentando algumas diferenciações em relação ao interior, possivelmente em decorrência de suas especificidades enquanto capital e polo industrial, por um lado, e pequenas cidades de produção agrícola, por outro, a região metropolitana concentra mais iniciativas focadas em “Empresas Tradicionais”, “Formação de empreendedores (sociais ou não)” e “População Rural”. A região contempla todos os públicos-alvo, tendo a “Comunidade LGBTQIA+” e o “Setor Público” como os menos frequentes. A atuação predominante refere-se a atividades envolvendo “Cidadania”, “Educação” e “Saúde”.

6 NEGÓCIOS QUE IMPACTAM O SOCIAL OU O SOCIAL IMPACTANDO OS NEGÓCIOS?

Barki, Rodrigues e Comini (2020) e Santana (2015) destacam que o Brasil, devido a diferentes elementos presentes na história social, política, econômica e cultural do país, tem considerável potencial de desenvolver NI relevantes ou que, de fato, poderiam atender às demandas sociais, principalmente voltadas à desigualdade da social. E é nesse contexto nacional que Minas Gerais, conforme os resultados apurados, tem se demonstrado como um potencial ecossistema desse tipo de negócio.

De acordo com os resultados observados, pode-se observar que as regiões Metropolitana, Sul, Sudoeste de Minas, Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba são, nessa ordem, as regiões com maiores incidências de NI. Ao fazer relações com o PIB do estado, essas mesmas três regiões pontuam como as detentoras dos maiores valores encontrados em Minas Gerais. Essa constatação pode indicar a presença de maiores possibilidades de investimento e/ou apoio governamental voltadas para esse tipo de negócio. Essa concentração, principalmente nas regiões Metropolitana e Sul, Sudoeste de Minas, podem sinalizar uma tendência dos NI pela busca de mercados próximos aos grandes centros, como apontam Kolk, Rivera-Santos e Rufin (2014).

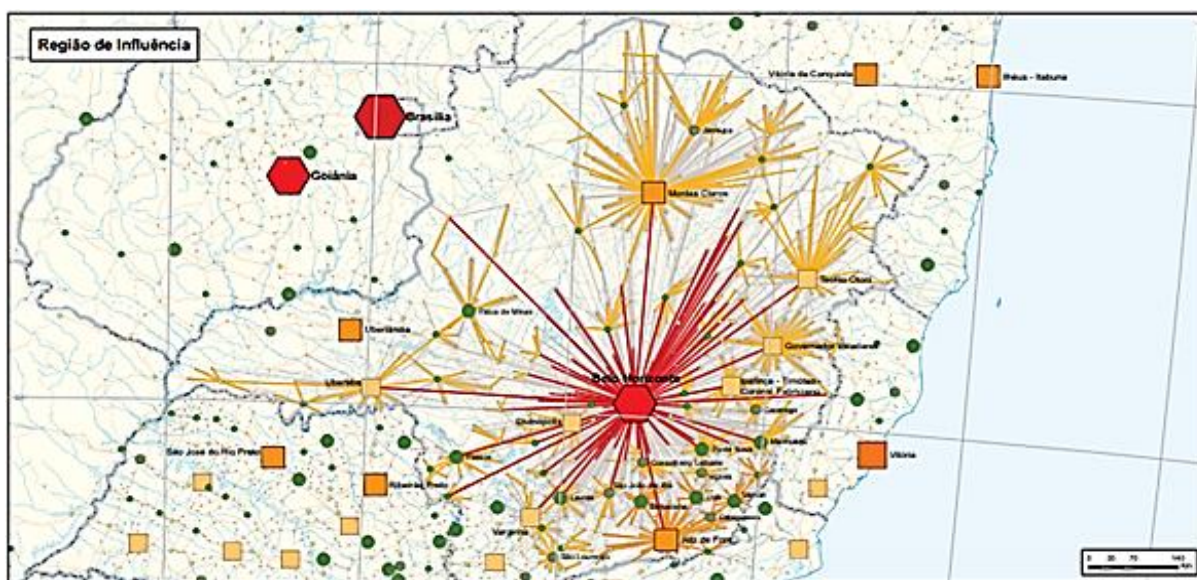
Ainda sobre essas regiões, vale a pena destacar a influência cultural, política e social que a proximidade do estado de São Paulo poderia causar. Segundo o Pipe Social (2021), o estado paulista aparece hoje como a unidade federativa com maior concentração de NI e aceleradoras no Brasil, sendo uma das principais referências nacionais nesse campo – os NI do Sudeste representam 58% de todos os negócios do tipo existentes no Brasil; desse grupo, 40% estão presente no estado de São Paulo.

Corroborando ao que fora descrito acima, o relatório sobre as “Regiões de Influência das Cidades” publicados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2007), destaca que as regiões presentes nas proximidades do estado de São Paulo, aquelas situadas em outros estados brasileiros, como parte do Triângulo Mineiro e do sul de Minas Gerais, estendendo-se a oeste pelos Estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, são marcadas por forte influência cultural, social, econômica e política paulista. Ademais, em São Paulo, cerca

de 20% da população nacional estaria contida em sua região (IBGE, 2018), além de concentrar cerca de 33% do Produto Interno Bruto – PIB de 2016 –, apresentando o maior percentual entre os estados brasileiros.

A alta concentração/primazia se reflete no PIB *per capita*, que é de R\$ 21,6 mil para São Paulo, e R\$ 14,2 mil para os demais municípios do conjunto. De acordo com a mesma fonte, a rede formada por Belo Horizonte tem influência em cerca de 30,5% da população do país que, contudo, não afetariam de maneira efetiva o Sul do seu próprio estado, além de compartilhar influência com a rede de São Paulo e Rio de Janeiro nas regiões do Triângulo Mineiro e da Zona da Mata, respectivamente. Tais pontos podem ser identificados no mapa de “Região de Influência” mineiro, apresentado abaixo:

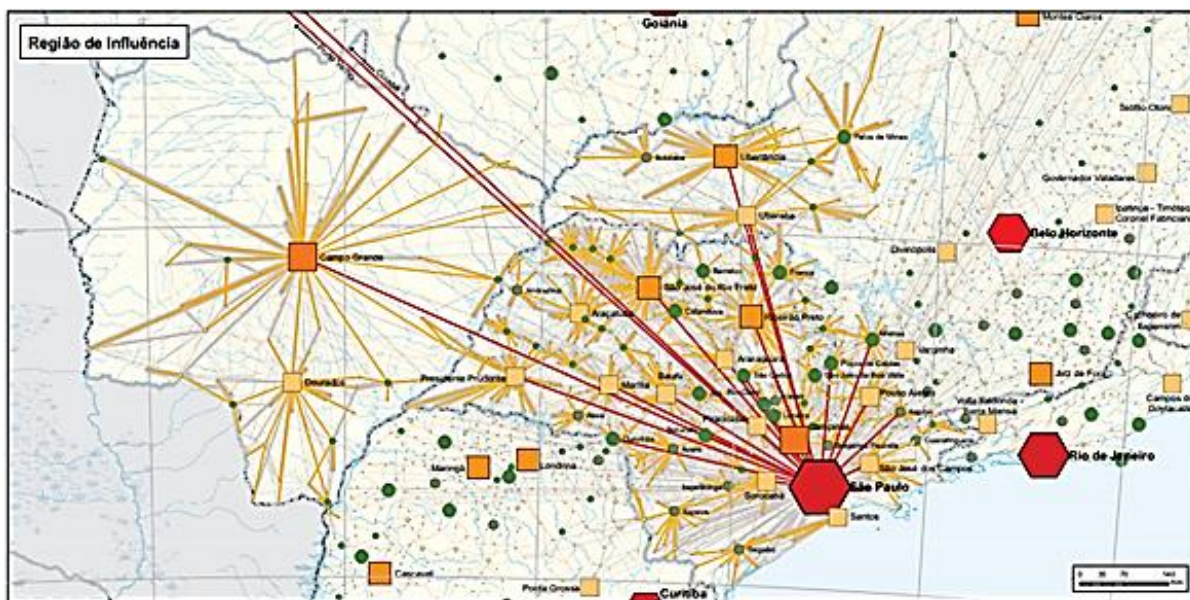
Figura 2 - Regiões de influência das cidades - Rede de Belo Horizonte



Fonte: IBGE (2007)

O mapa “Região de Influência” de São Paulo, produzido pelo IBGE, permite ilustrar os argumentos apresentados anteriormente e possibilitar a visualização do impacto da capital “São Paulo” em cidades situadas no próprio estado. Percebe-se também o avanço de fronteira e influência direta sobre o desenvolvimento de negócios em outros estados, como Minas Gerais, Paraná e Rio de Janeiro, reforçando a força influenciadora do estado de São Paulo.

Figura 3 - Regiões de influência das cidades - Rede de São Paulo



Fonte: IBGE (2007)

Tais características citadas vão ao encontro às constatações feitas pelo IBGE (2007), que afirma que a rede formada por São Paulo envolve intensas relações empresariais no próprio estado, na rede Rio de Janeiro, no sul de Minas Gerais, no norte do Paraná e em diversas regiões do país. Lobo e Matos (2011) e Azzoni (1986) afirmam que a região Metropolitana de São Paulo não deve ser referência para análise das alterações espaciais apenas no contexto do estado paulista, mas sim considerando um campo aglomerativo que inclui um conjunto maior, abrangendo várias cidades, num raio de aproximadamente 150 km da Região Metropolitana. Segundo o autor, esse campo exerce uma forte força de atração sobre os investimentos nessas cidades e, conseqüentemente, sobre a população. Os autores completam que, à medida que aparecem novos avanços tecnológicos, esse campo aglomerativo amplia-se e reduz o próprio poder de atração do núcleo central.

Se por um lado o desenvolvimento da região metropolitana, Sul e Sudoeste de Minas, Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba chamam atenção pela quantidade de negócios e influência de Belo Horizonte e São Paulo, o Norte de Minas, Vale do Mucuri e Vale do Jequitinhonha demonstram considerável carência de iniciativas empresariais. Esse dado nos remete aos estudos de Galvarro *et al.* (2009), que contextualizam Minas Gerais como um dos estados que mais apresentam disparidades regionais, visto que nele é possível encontrar regiões dinâmicas e modernas, contrastando com regiões atrasadas e estagnadas.

Minas Gerais é um estado de grandes contrastes socioeconômicos, que possui regiões dotadas de grande dinamismo econômico, como o Sul de Minas, o Triângulo e a Metropolitana de Belo Horizonte, mas que contrastam com áreas economicamente deprimidas, com infraestrutura deficiente e baixíssimos indicadores de qualidade de vida, como Norte de Minas, Jequitinhonha e Vale do Mucuri. Regiões que, por características físicas e pela sua localização geográfica, apresentam também baixa capacidade de arrecadação. (Galvarro *et al.*, 2009).

Costa *et al.* (2012) chamam atenção para o fato de que o desenvolvimento econômico e social não ocorrer de maneira igual e simultânea em todos os locais. A isto podemos acrescentar que Minas Gerais

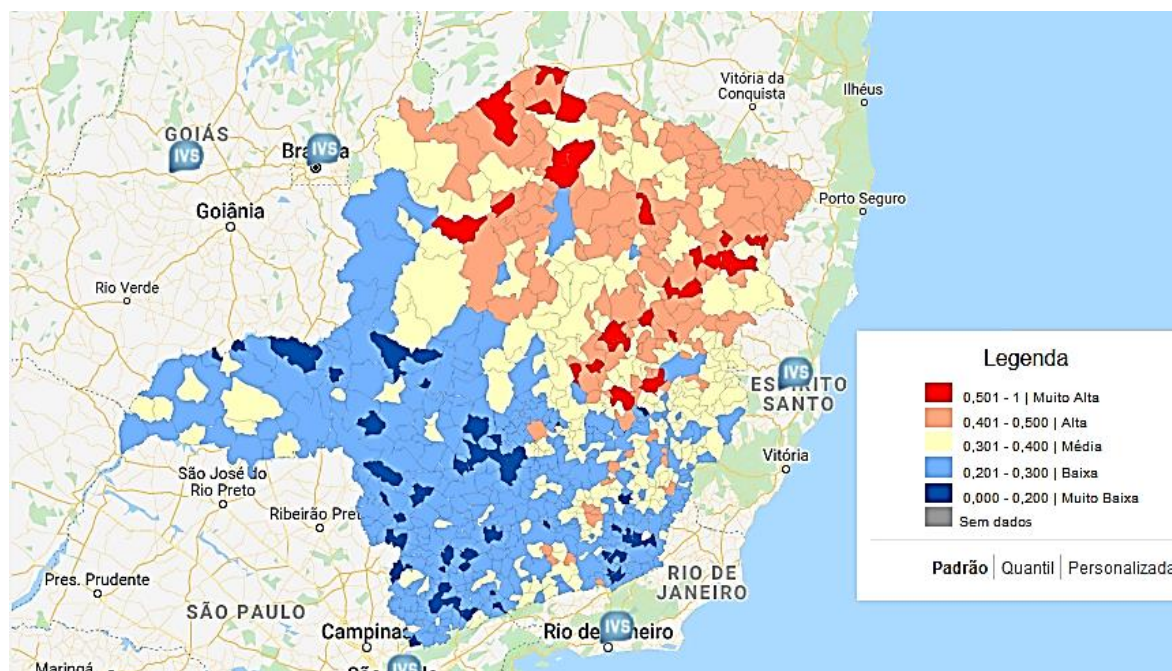
apresenta o maior número de municípios do Brasil – são 863 no total. Viera et al. (2007) também corroboram estas diferenças no processo de desenvolvimento econômico e social, afirmando que não se configuram de maneira homogênea ao longo do estado de Minas Gerais. Nesse sentido, percebe-se que a proximidade com o estado de São Paulo ou com a capital Belo Horizonte poderia ajudar a promover o desenvolvimento de NI. No caso de regiões como o Norte de Minas e entorno, distantes de metrópoles, essa ausência de referências que possam impulsionar o desenvolvimento mostra-se evidente nos resultados encontrados na pesquisa.

Oliveira (2008) corrobora essa hipótese ao afirmar que a eliminação de desigualdades regionais se torna possível, em conjunto com outros fatores, por meio do desenvolvimento de atividades interdependentes entre as regiões menos desenvolvidas e as desenvolvidas. Não obstante, o autor também chama atenção para a importância da atuação do Estado para intervir nas causas de deficiências de regiões subdesenvolvidas, destacando que são locais que demandam esforços que dependem de iniciativas consistentes e que vão muito além de iniciativas do mercado em si e da sociedade civil, isoladamente.

Pelos dados coletados na pesquisa, percebe-se a diferença de desenvolvimento de NI no estado de Minas Gerais, apresentando visível polarização entre a região Norte com o Centro e Sul. Em seus estudos sobre disparidades inter-regionais, Costa et al. (2012) constatam exatamente que nas regiões do Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba, Sul e região metropolitana de Belo Horizonte, localizam-se a maior parte dos municípios que possuem melhor estrutura socioeconômica. Já nas regiões localizadas ao norte do estado, que incluem Vale do Mucuri e Vale do Jequitinhonha, se concentra o maior número de municípios com uma estrutura socioeconômica considerada pior que as demais. A pouca incidência de NI em regiões mais pobres e, conseqüentemente, em regiões com mais problemas sociais e ambientais, retoma discussões sobre a intencionalidade da atuação de arranjos como os NI, trazidos por Comini (2016) – lógica de mercado ou lógica social – e as abordagens seminais de Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010).

Uma forma de observar essa disparidade geográfica no estado é por meio da leitura do Índice de Vulnerabilidade Social (IVS) realizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). A partir dos indicadores de Infraestrutura Urbana, Capital Humano e Renda e Trabalho é possível identificar dentro de cada município, estado ou país quais são os territórios com maior ou menor vulnerabilidade e suas particularidades. Os resultados demonstrados no mapa abaixo ajudam a ilustrar o contraste socioeconômico e geográfico presente em Minas Gerais. De fato, tais informações apontam as contradições dos NI presentes no contexto mineiro, localizando-se em locais com alta concentração de renda e “muito baixa” vulnerabilidade social.

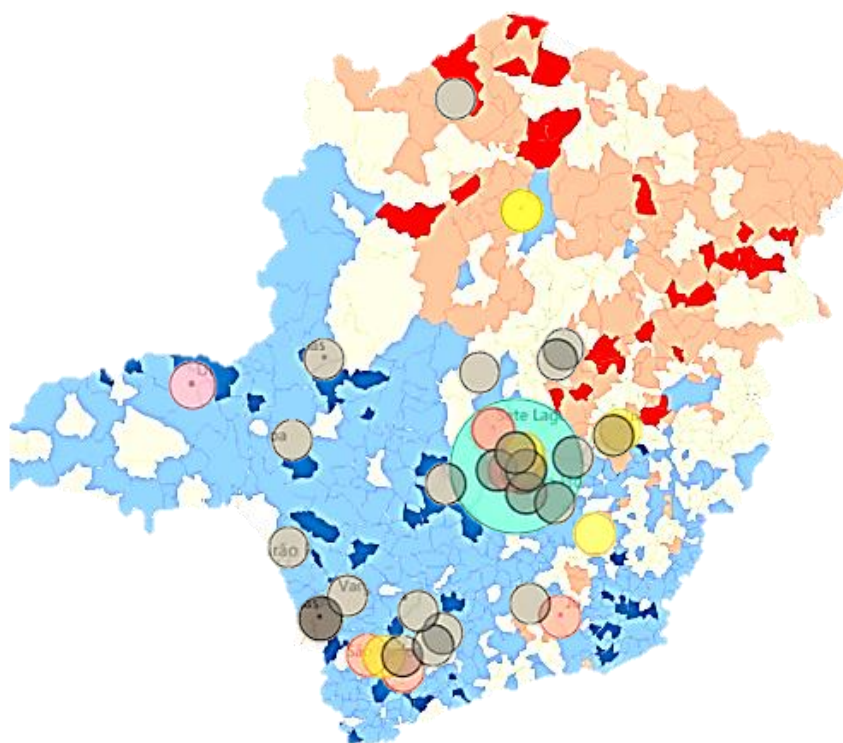
Figura 4 - Índice de Vulnerabilidade Social por município em Minas Gerais



Fonte: IPEA (2019)

Agrupando tal representação do IPEA (2019) com o mapa de dispersão espacial dos NI presentes no estado de Minas Geras, fica evidente a situação aqui dita como contraditória:

Figura 5 - Índice de Vulnerabilidade Social por município em Minas Gerais e a dispersão geográfica dos NI no estado



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Se por um lado a proximidade com centros dinâmicos de geração de negócios, tradicionais ou não, como São Paulo e as regiões desenvolvidas de Minas Gerais, é compreensível pelo potencial de geração de ideias, relações e interações entre agentes de mercado e investidores e concentração de capital para investimento em NI; por outro lado, essa concentração denota também distanciamento justamente das regiões nas quais encontram-se os mais graves problemas sociais e ambientais do estado.

Mesmo que NI criados nos centros dinâmicos se voltem para a realidade das regiões menos favorecidas, deve-se considerar que o distanciamento geográfico espelha também distanciamento das iniciativas de NI e de seus idealizadores, impulsionadores e apoiadores com relação às populações e comunidades que residem em territórios marcados pela desigualdade social, a vulnerabilidade econômica e problemas ambientais. Esse distanciamento pode gerar graves problemas de compreensão da realidade social, levando NI a se constituírem a partir de diagnósticos parciais e precários sobre territórios e comunidades, desconsiderando saberes e conhecimentos locais, tácitos e socioambientais que são essenciais para o sucesso de NI e para a geração de inovações sociais efetivamente relevantes.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo buscou mapear e traçar um perfil dos Negócios de Impacto em Minas Gerais, visando identificar como estão distribuídas nas regiões do estado, destacando suas áreas de impacto, soluções, públicos impactados e, conseqüentemente, outras variáveis que podem influenciar diretamente ou indiretamente na sua dispersão geográfica, como indicadores sociais, ambientais e financeiros regionais. Pode-se dizer que tal proposta se configurou como o primeiro passo de um conjunto de investigações que visam avançar na compreensão dos NI na dinâmica do estado analisado. Guimarães et al. (2018) afirmam que Minas Gerais é um dos mais importante polos inovadores da América Latina, e possui grande potencial cultural, social e ambiental para desenvolver NI relevantes.

Uma importante contribuição do estudo foi o cruzamento de informações sobre as incidências de NI em diferentes regiões de Minas Gerais, suas atuações e públicos impactados, com fatores ambientais internos e externos ao estado, como redes de influências nacionais, a relação com o PIB e as disparidades socioeconômicas regionais mineiras. Em síntese, foram identificados duzentos NI mineiros, concentrados respectivamente nas regiões Metropolitana, Sul e Sudoeste e Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, onde desenvolvem soluções em pelo menos dez áreas de impacto – com destaque para as áreas de “Cidadania”, “Educação”, “Saúde”, “Tecnologia Verde” e “Meio ambiente”. Ainda, é possível dizer que o principal público impactado por esses NI são as empresas tradicionais, sendo “acompanhada” por públicos similares, como empreendedores, organizações da sociedade civil e outras NI – fato este que chama a atenção para um ecossistema com características autopoieticas (Maturana, Varela, 1997). É possível também citar a população rural e pessoas em situação de vulnerabilidade social como grupos que são, em alguma medida, impactados pela atuação de NI mineiros. Ao mesmo tempo, comunidade LGBTQIA+, pessoas com problemas de saúde/necessidades especiais, família, idosos e mulheres são os públicos menos envolvidos em soluções de NI.

O percurso de construção e levantamento das informações coletadas neste trabalho trouxe importantes reflexões sobre fatores que podem explicar como ocorre o surgimento e desenvolvimento de negócios do tipo. Tais fatores podem estar relacionados, por exemplo, ao desenvolvimento local, a indicadores sociais e

econômicos (como o PIB), a ecossistemas propícios a esses arranjos, e a influência decorrente da proximidade de centros urbanos que são referências no apoio a negócios tradicionais e também de NI, como o estado São Paulo e a região Metropolitana de Minas Gerais.

Os estudos de disparidade inter-regionais e os dados encontrados no mapeamento de NI colocam uma questão crucial na discussão: essas iniciativas estão ocorrendo onde existem demandas sociais e ambientais para negócios deste tipo ou em regiões onde se encontra boa infraestrutura e investimentos? Considerando que as mesorregiões Norte de Minas, Jequitinhonha, Vale do Mucuri e Vale do Rio Doce, apresentam baixo desenvolvimento econômico e condições socioeconômicas precárias (Galvarro et al., 2009), os NI não deveriam ocorrer justamente nessas regiões? Percebeu-se que os NI mineiros apresentam certa tendência de concentração em regiões que possuem mercados consumidores consolidados e com maiores potenciais de investimentos, e que não necessariamente apresentam as maiores demandas sociais – o que retoma discussões sobre a intencionalidade e lógica de atuação de arranjos do tipo, trazidos por Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010), e Comini (2016).

Surtem questionamentos incômodos para aqueles que advogam a defesa dos NI como alternativa de combate à pobreza, promoção da sustentabilidade, mitigação da desigualdade no país e, sobretudo, como modelo de um novo tipo de capitalismo, enfim social e ambientalmente justo. São incômodas algumas dessas perguntas: Se os NI buscam através de atividades empresariais sanar problemas sociais, por qual motivo seria tão incipiente a sua participação efetiva em localidades como o Norte de Minas e entorno, que apresentam um contexto mais urgente e relevante de ações que promovam mudanças socioambientais? Se a intenção é promover iniciativas que impactem a vida de pessoas socialmente vulneráveis, por que isso não ocorre nas regiões mais pobres?

É importante aqui salientar que há uma relação próxima entre os NI mineiros com as empresas tradicionais. Contudo, tal estudo não obteve informações pertinentes para explicação desse fenômeno. Devido a esse contexto, faz-se válido que em futuros estudos essa relação seja explorada com maior profundidade. Como se dá a relação entre os NI e as empresas tradicionais? Esse tipo de atuação alcança outros públicos? Seriam os NI um “apêndice” dessas empresas tradicionais? São essas algumas lacunas importantes a serem respondidas.

O estudo aponta a necessidade de continuidade da pesquisa, apresentando outros fatores além dos já problematizados para se compreender em maior profundidade os impactos e implicações dos NI em Minas Gerais. Um dos elementos que não foi problematizado na pesquisa atual e que é central em investigações futuras diz respeito às relações entre atores do Estado, do mercado e da sociedade civil.

Este artigo é encerrado reafirmando a necessidade e importância de continuidade das investigações, uma vez que se trata de um assunto que vem ganhando destaque em pesquisas acadêmicas no Brasil e no mundo e chamando a atenção por sua proposta diferenciada de geração de impacto social. Todavia, se a proposta é de fato gerar impacto em regiões e pessoas em situação de vulnerabilidade, é preciso saber se isso vem ocorrendo em contextos, territórios e grupos que não se constituem naqueles mais afetados pelos problemas socioambientais ou se, talvez, ainda não existam estratégias para atuação em localidades realmente pobres. É preciso saber se os NI vêm processando seu *organizing*, incluindo-se aí sua localização territorial, de forma tradicional, reproduzindo o “*business as usual*” ou se realmente contém a potência disruptiva que tanto afirmam ter os diferentes atores do ecossistema de NI que estão comprometidos com a sua expansão em Minas Gerais e no Brasil.

REFERÊNCIAS

- Abramovay, R. (2012). *Muito além da economia verde*. Editora Abril.
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968. <https://doi.org/10.1177/0149206311436079>.
- Agostini, M. R. et al. (2017). Uma Visão Geral Sobre a Pesquisa em Inovação Social: Guia Para Estudos Futuros. *BBR, Braz. Bus. Rev.*, Vitória, 14(4), 385-402.
- Ambrose-oji, B., Lawrence, A., Stewart, A. (2015). Community based forest enterprises in Britain: two organising typologies. *Forest Policy and Economics*, 58, 65-74.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2012). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, 47(3), 370-384.
- Battilana, J., & Dorado, S. (2010). Building Sustainable Hybrid Organizations: The Case of Commercial Microfinance Organizations. *Academy of Management Journal*, 53(6), 1419-1440. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2010.57318391>
- Barki, E. (2015) Negócios de Impacto: tendência ou modismo? *GV executivo*, 14(1), 14-17.
- Barki, E. (2014) Negócios com impacto social. *Revista de Administração de Empresas*, 54(5), 594.
- Barki, E., Comini, G., Cunliffe, A., Hart, S. L., & Rai, S. (2015). Social entrepreneurship and social business: Retrospective and prospective research. *RAE – Revista de Administração de Empresas*, 55(4), 380-384.
- Barki, E., Rodrigues, J., & Comini, G. (2020). Negócios de Impacto: Um Conceito em Construção. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(4), 477-501.
- Besley, T., & Ghatak, M. (2017). Profit with purpose? A theory of social enterprise. *American Economic Journal: Economic Policy*, 9(3), 19-58.
- Brandão, D., Cruz, C., & Arida, A. L. (2013) *Métricas em negócios de impacto social: fundamentos*. São Paulo: MOVE, Instituto de Cidadania Empresarial.
- Brandão, D., Cruz, C., & Arida, A. L. (2013) *Métricas em Negócios de Impacto social: fundamentos*. São Paulo: MOVE, Instituto de Cidadania Empresarial.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G).
- Chesbrough, H., Rosenbloom, R. (2002). The role of the business model in capturing value from innovation: Evidence from Xerox corporation's technology spin-off companies. *Industrial and Corporate Change*, 11(3), 529-555.
- Comini, G. M. (2016) *Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras*. São Paulo, 166 p. Tese (Livre-Docência) – Universidade de São Paulo, 2016. Recuperado de: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/livredocencia/12/tde-15122016-143942/pt-br.php>. Acesso em: 10 de jul. de 2022.
- Comini, G. M. (2016). *Negócios Sociais e Inovação Social: um retrato de experiencias brasileiras*. Tese (Livre Docência). Universidade de São Paulo. São Paulo. 166 p.
- Comini, G. M., Barki, E., & Aguiar, L. (2013) O novo campo dos negócios com impacto social. In *Negócios com impacto social no Brasil*. São Paulo: Petrópolis.

Comini, G., Barki, E., & Aguiar, L. (2012). A three-pronged approach to social business: a Brazilian multi-case analysis. *Revista de Administração*, 47(3), 385-397.

Costa M., Ferreira M., Braga J., & Abrantes A. (2012). Disparidades inter-regionais e características dos municípios do estado de Minas Gerais. *Desenv Questão*. maio- ago;10(20), 52-88.

Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13. <https://doi.org/10.1002/csr.132>

Dees, J. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*. Boston, MA: Harvard Business School.

Defourny, J., & Nyssens, M. (2012). El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 7-34.

Defourny, J., & Nyssens, M. (2017). Fundamentals for an international typology of social enterprise models. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 28(6), 2469-2497.

Defourny, J., & Borzaga, C. (2001) *The emergence of social enterprise*. Routledge.

Defourny, J., & Nyssens, M. (2010) Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of social entrepreneurship*, 1(1), 32-53.

Dembek, K.; Sivasubramaniam, N.; Chmielewski, D. A. (2020) A Systematic Review of the Bottom/Base of the Pyramid Literature: cumulative evidence and future directions. *Journal of Business Ethics*, 165, 365–382.

Dowbor, L. (2017). *A era do capital Improdutivo: A nova arquitetura do poder, sob dominação financeira, sequestro da democracia e destruição do planeta*. (2ª.ed.). São Paulo: Autonomia Literária; Outras Palavras.

Elkington, J. (2001). *Canibais de Garfo e Faca*. São Paulo: Makron Books.

Faria, A.; Hemais, M. (2017) Rethink the bottom of pyramid: a critical perspective from an emerging economy. *Marketing Theory*, XX (X), 1-17.

Ferreira *et al.* (2014). Negócio social, Empreendedorismo social e Empresa social: Termos distintos, mesmo objetivo. VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de pequenas Empresas. Goiania.

Fischer, R. M., & Comini, G. M. (2012). Sustainable development: From responsibility to entrepreneurship. *RAUSP-Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, 47(3), 363-369.

Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, September 13(32-33), 122-124.

Galvarro, M. D. P. S. Q. S., Braga, M. J., Ferreira, M. A. M., & Oliveira, S. (2009). Disparidades regionais na capacidade de arrecadação dos municípios do estado de Minas Gerais. *Revista de Economia e Administração*, 8(1),17-48.

Guimaraes, T. B. C. ; Castro, L. ; & Vale, G.M.V. (2018) . Des communautés de pratique aux réseaux de pratique: une étude de l'évolution d'une communauté des startups de la ville de Belo Horizonte. *Cadernos EBAPE.BR (FGV)*, 16, 761-773.

Hart. S. (2005). *Capitalismo na encruzilhada*. Porto Alegre, Bookman.

Iizuka, E. S. et al. (2014) Empreendedorismo social e negócios sociais: Revisão crítica e agenda de pesquisa. In: *Anais dos seminários em administração da Universidade de São Paulo (SEMEAD)*, São Paulo: FEA-USP, 17.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Recuperado de: <http://www.ibge.gov.br> . Acesso em: 14 mai. 2022.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). *Região de influência das cidades 2007*. Rio de Janeiro: IBGE. 2008. Recuperado de: <http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/geografia/regic.shtm?c=6> .Acesso em: 14 maio 2022.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). Recuperado de: <http://www.ipea.gov.br/portal> . Acesso em: 04 jun. 2022.

João, I. S. (2012). Empresa Social: um conceito pendente de consenso. *Centro de Investigación en Economía y Sociedad (CIES)*, Barcelona, ES, (97).

Jung, R. P., Teodósio, A. S. S., & Mswaka, W. Beyond the Ywore Tower: A Social Enterprise Challenge as an Instrument to Overcome *Minério-Dependência* in a Brazilian Mining Community. In Ward & Steckler (orgs). *World Scientific Encyclopedia of Business Sustainability, Ethics and Entrepreneurship. Volume 2: Sustainable Development Goals (SDGs)*. (pp. 201-219). Singapore: World Scientific. Recuperado de: https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/9789811248870_0009. Acesso em: 20 de ago. de 2022.

Kim, S., Karlesky, M. J., Myers, C. G., & Schifeling, T. (2016). Social Responsibility: Why Companies Are Becoming B Corporations. *Harvard Business Review*, 2-5. Recuperado de: <http://www.christophermyers.net/publication/2016-kim-hbr/kim2016hbr.pdf>. Acesso em: 20 de ago. de 2022.

Kolk, A., Rivera-Santos, M., Rufin, C. (2014) Reviewing a Decade of Research on the “Base/Bottom of the Pyramid” (BOP) Concept. *Business & Society*, 53(3), 338–377.

Lobo, C., Matos, R. (2011). Migrações e a dispersão espacial da população nas regiões de Influência das principais metrópoles Brasileiras. *Rev. bras. estud. popul.*, São Paulo, 28(1), 81-101.

Mackey, J., & Sisodia, R. (2014). *Capitalismo Consciente*. São Paulo: HSM Editora.

McMullen, J. S. (2018). Organizational hybrids as biological hybrids: Insights for research on the relationship between social enterprise and the entrepreneurial ecosystem. *Journal of Business Venturing*, 33(5), 575–590. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.06.001>.

Mair, J, Robinson, J., Hockerts, K. (2006) *Social Entrepreneurship*. New York: Palgrave MacMillan.

Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.

Maturana, H. R., Varela, F. J. (1997). *De máquinas e seres vivos: autopoiese - a organização do vivo*. Porto Alegre: Artes Médicas.

Miron Jappe, M. L. (2013). *Fatores contributivos e fatores limitadores para negócios sociais no Brasil: Um estudo exploratório nas regiões sul e sudeste*. 2013. 96 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

Mswaka, W., & Aluko, O. (2014). Legal structure and outcomes of social enterprise: The case of South Yorkshire, UK. *Local Economy*, 29(8), 810-825. doi:10.1177/0269094214558007.

Mswaka, W., & Aluko, O. (2015). Corporate governance practices and outcomes in social enterprises in the UK: A case study of South Yorkshire. *International journal of public sector management*, 28(1), 57-71.

Munoz, S. A., Farmer, J., Winterton, R., & Barraket, J. (2015). The social enterprise as a space of well-being: an exploratory case study. *Social Enterprise Journal*, 11(3), 281-302.

Oliveira, J. C. (2008). Análise do crescimento econômico e das desigualdades regionais no Brasil. *Estudos do Cepe*, Santa Cruz do Sul, 28, 5-28.

Organização das Nações Unidas (2020). Impact of COVID-19 on the Sustainable Development Goals. *Global SDG Integration*. 1(1),1-13. Recuperado de: <https://sdgintegration.undp.org/accelerating-development-progressduring-covid-19> . Acesso em: 20 de ago. de 2022

- Peredo, A. M., McLean, M. (2006) Social Entrepreneurship: a critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41, 56-65.
- Peredo, A. M., Montgomery, N., McLean, M. (2017) The BoP business paradigm: what it promotes and what it conceals. *Oxford Development Studies*, 1-19.
- Petrini, M., Scherer, P., & Back, L. (2016). Modelo de negócios com impacto social. *Revista de Administração de Empresas*, 56(2), 209-225.
- Phillips, W. et al. (2015) Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. *Group & Organization Management*, 40(3), 428-461. UK: University of the West of England.
- Phills Jr., J. A., Deiglmeier, K., Miller, D.T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, Fall, 34-43.
- Pipe Social (2021). *Mapa de Negócios de Impacto*. Recuperado de: <https://pipe.social/startup/busca>. Acesso em: 20 de ago. de 2022.
- PNUD Brasil, & Sebrae. (2018). *Gestão do conhecimento no ecossistema de Negócios de Impacto no Brasil*. São Paulo: Pnud Brasil/Sebrae. Recuperado de: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/4._gesta_o_do_conhecimento_no_ecossistema_de_negocios_de_impacto_no_brasil.pdf . Acesso em: 20 de ago. de 2022.
- Pol, E., & Ville, S. (2009). Social Innovation: Buzz Word or Enduring Term? *The Journal of Socio-Economics*, 38, 878-885. <http://dx.doi.org/10.1016/j.socec.2009.02.011>.
- Prahalad, C. K. (2005). Servindo aos pobres do mundo, com lucro. In: *Ética e Responsabilidade Social nas empresas*. Harvard Business Review, Rio de Janeiro: Editora Campus.
- Prahalad, C. K. (2010). *A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro*. (2ª ed.) Porto Alegre: Bookman.
- Prahalad, C. K., & Hart, S. L. (2002). *The fortune at the Bottom of the Pyramid*. Strategy and Business, v.26.
- Raworth, Kate (2019). *Economia Donut: Uma Alternativa ao Crescimento a Qualquer Custo*. (1ª ed.) Rio de Janeiro. Zahar.
- Reffico, E., Guitiérrez, R. (2016) Organizational Ambidexterity and the Elusive Quest for Successful Implementation of BoP Ventures. *Organization & Environment*, 1-25.
- Romani-Dias, M. et al. (2017). Agenda de pesquisa em empreendedorismo social e negócios sociais. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*, 8(3).
- Romani-Dias, M., & Iisuka, E. S. (2016). *Negócios sociais: Estudo Bibliométrico e Análise Sistemática da Literatura Nacional e Internacional*. São Paulo.
- Rosolen, T. Tiscoski, G. P., & Comini, G. M. (2014). Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: um estudo bibliométrico da publicação nacional e internacional. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, Salvador, 3(1), 85-105.
- Santana, A. L. J. M. (2015). *Empreendedorismo com foco em negócios sociais*. Curitiba: NITS UFPR.
- Sardanha, G. (2013). Social business and Grameen Danone foods limited. *Society and Business Review*, Bingley, 8(2), 119-133.
- Silva, Caio Sousa, & Iizuka, Edson Sadao. (2018). Mapeamento de negócios sociais e organizações congêneres no Brasil. *RCA – Revista de Ciências da Administração*. Universidade Federal de Santa Catarina, Departamento de Administração, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. 20(52).
- Sisodia, R. S. (2009). Doing business in the age of conscious capitalism. *Journal of Indian Business Research*, 1(2/3), 188-192. <https://doi.org/10.1108/17554190911005354>

Smith, I. H., & Woodworth, W. P. (2012). Developing social entrepreneurs and social innovators: A social identity and self-efficacy approach. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 390-407.

Souza, G., Bressan, V., & Carrieri, A. (2022). Cooperativas de crédito como negócios de impacto: O caso da Sicoob Credichapada. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 19(50), 36-59.

Teodósio, A. D. S. S., & Comini, G. (2012) Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context. *Revista de Administração*, 47(3), 410-421.

Thompson, J., & Doherty, B. (2006). The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories. *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 361-375.

Tiscoski, G., Rosolen, T., & Comini, G. (2013). Empreendedorismo social e negócios sociais: Um estudo bibliométrico da produção nacional e internacional. *Anais Encontro da ANPAD*. Rio de Janeiro, RJ, 37. Recuperado de: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_APB1365.pdf . Acesso em: 20 de dez. de 2021.

UNDP (United Nations Development Programme) (2021). *Global Multidimensional Poverty Index (MPI): Unmasking disparities by ethnicity, caste and gender*. New York.

Vieira, M. A., Abrantes, L. A., Ferreira, M. A. M., & Lopes, J. V. S. (2017). Implicações do Esforço de Arrecadação no Desempenho Socioeconômico dos Municípios de Minas Gerais. *Gestão & Regionalidade*, 33(99), 21-38.

Yin, X., Coles, R., & Chen, J. (2022). “Let’s Bring Innovation into the Bottom of the Pyramid Together”: Introducing the Anti-Poverty Innovation Approach. In Ward & Steckler (Orgs). *World Scientific Encyclopedia of Business Sustainability, Ethics and Entrepreneurship. Volume 2: Sustainable Development Goals (SDGs)*. (pp. 13-36). Singapore: World Scientific.

Yunus, M. (2006). *Discurso na cerimônia de entrega do Prêmio Nobel*. Recuperado de: <http://www.permear.org.br/pastas/documentos/permacultor4/Banco-Grameen.pdf>. Acesso em: 28 de ago. de 2022.

Yunus, M. (2008). *Um mundo sem pobreza: A empresa social e o futuro do capitalismo*. São Paulo: Ática.

Yunus, M. (2017) *A World of Three Zeros: the new economics of zero poverty, zero unemployment, and zero net carbon emission*. New York: Public Affairs.

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. doi:10.1016/j.lrp.2009.12.00.