

## ” Negócios de Impacto Social e Ambiental”; e “Valor Compartilhado”.

### Negócios de Impacto Social e Ambiental

#### O que é?

Negócios de Impacto Social e Ambiental são empresas que já nascem com um objetivo duplo: gerar lucro e, ao mesmo tempo, resolver um problema social ou ambiental.

Não se trata de uma empresa tradicional que, após se consolidar no mercado, decide investir em ações sociais. Nesse modelo, o impacto positivo já faz parte da estrutura do negócio desde sua criação. O produto ou serviço oferecido existe justamente para melhorar alguma situação da sociedade ou do meio ambiente.

Diferentemente do modelo tradicional de empresa, cujo principal objetivo é maximizar o lucro para proprietários e acionistas, os Negócios de Impacto colocam o impacto social ou ambiental no mesmo nível de importância que o resultado financeiro. Em empresas tradicionais, ações sociais geralmente aparecem como responsabilidade social corporativa ou projetos paralelos, que podem ou não estar diretamente ligados ao produto vendido. Já nos Negócios de Impacto, o impacto positivo está integrado à atividade principal da empresa.

Em uma empresa tradicional, o foco é vender o máximo possível e, posteriormente, se houver interesse ou estratégia, destinar parte do lucro para ações sociais. Em contrapartida, em um Negócio de Impacto, o próprio produto ou serviço comercializado já representa a solução para um problema social ou ambiental. Dessa forma, quanto mais a empresa cresce, maior tende a ser o impacto positivo gerado.

Nesse contexto, dois exemplos de empresas que utilizam esse modelo são:

- **Tesla** desenvolve carros elétricos que não utilizam combustíveis fósseis, reduzindo a emissão de poluentes e contribuindo para a diminuição do impacto ambiental no setor de transportes, além de incentivar o uso de energia limpa.
- **Patagonia** desenvolve roupas com foco em sustentabilidade, incentiva o consumo consciente, promove a reutilização de peças e investe parte significativa de seus lucros em causas ambientais, colocando a preservação ambiental como parte central de sua identidade e modelo de negócio.

O diferencial desse modelo é que essas empresas são financeiramente sustentáveis. Elas vendem produtos e serviços, competem no mercado e buscam lucro — porém, fazem isso gerando impacto positivo como parte essencial do seu propósito.

#### Principais desafios:

1. **Dificuldade de mensuração do impacto:** Nem sempre é simples comprovar, com dados concretos, o real alcance do impacto social ou ambiental gerado.
2. **Equilíbrio entre lucro e propósito:** Em momentos de crise financeira, pode surgir pressão para priorizar o lucro em detrimento do impacto.
3. **Escala e competitividade:** Alguns negócios de impacto enfrentam dificuldades para crescer rapidamente e competir com grandes empresas tradicionais que produzem em larga escala.

## **Valor Compartilhado**

### **O que é?**

O conceito de Valor Compartilhado refere-se a um modelo em que empresas tradicionais buscam gerar lucro ao mesmo tempo em que criam benefícios para a sociedade. Diferentemente dos Negócios de Impacto, essas empresas não necessariamente nasceram com um propósito social ou ambiental como foco central, mas passaram a integrar soluções sociais ou ambientais à sua estratégia de crescimento.

Nesse modelo, a empresa comprehende que resolver problemas sociais pode fortalecer sua competitividade. Ou seja, ao contribuir para o desenvolvimento da sociedade, ela também melhora seu desempenho econômico.

Ao contrário da responsabilidade social tradicional — que envolve doações ou projetos externos ao negócio principal — no Valor Compartilhado as ações estão diretamente ligadas à estratégia empresarial. O impacto social deixa de ser uma atividade paralela e passa a contribuir para eficiência, inovação e vantagem competitiva.

Enquanto nos Negócios de Impacto o propósito social é a própria razão de existir da empresa, no Valor Compartilhado o impacto surge como parte de uma estratégia empresarial que gera benefícios tanto para a organização quanto para a sociedade.

Nesse contexto, dois exemplos de empresas que utilizam esse modelo são:

- **Adidas** desenvolve produtos com materiais reciclados e plástico retirado dos oceanos, reduzindo impactos ambientais e, simultaneamente, fortalecendo sua imagem de marca sustentável e ampliando sua competitividade no mercado.
- **Nestlé** investe na capacitação de pequenos produtores rurais, melhorando a qualidade da matéria-prima utilizada em seus produtos. Essa estratégia eleva a renda dos produtores e, ao mesmo tempo, aumenta a eficiência e a qualidade da cadeia produtiva da empresa.

O diferencial do Valor Compartilhado é a união entre impacto social e vantagem competitiva. A empresa cresce porque contribui para a solução de problemas sociais, e a sociedade se beneficia desse crescimento responsável.

### **Principais desafios:**

1. **Risco de superficialidade:** Algumas empresas podem utilizar o discurso social apenas como estratégia de marketing, sem mudanças estruturais significativas.
2. **Conflito de interesses:** O benefício social pode ser priorizado somente quando gera retorno financeiro direto.
3. **Dependência de resultados econômicos:** Caso a ação social deixe de ser lucrativa, existe a possibilidade de ser descontinuada.

## **Conclusão Geral**

Ao longo da pesquisa, foi possível compreender que **Negócios de Impacto Social e Ambiental** e **Valor Compartilhado** representam uma nova forma de pensar o papel das empresas na sociedade. Diferente do modelo tradicional, em que o foco principal era apenas o lucro, esses conceitos mostram que é possível unir desenvolvimento econômico com responsabilidade social e ambiental.

Os Negócios de Impacto Social e Ambiental surgem com a proposta de resolver problemas reais da sociedade por meio de soluções sustentáveis e financeiramente viáveis. Já o Valor Compartilhado demonstra que empresas de qualquer porte podem integrar questões sociais à sua estratégia, transformando desafios sociais em oportunidades de crescimento e inovação.

Conclui-se, portanto, que ambos os temas reforçam a ideia de que o sucesso empresarial moderno não depende apenas de resultados financeiros, mas também da capacidade de gerar impacto positivo e contribuir para um desenvolvimento mais sustentável e equilibrado.