

# **EMPREENDEDORISMO SOCIAL E CRIAÇÃO DE VALOR NO CONTEXTO DO COOPERATIVISMO PIAUIENSE**

## **1 INTRODUÇÃO**

O Empreendedorismo Social (ES) e a criação de valor social são fenômenos direcionados para a solução de problemas sociais, ambientais ou comunitários de maneira financeiramente sustentável, indo além do retorno financeiro (Dohrmann; Raith; Siebold, 2015). A principal diferença entre o Empreendedorismo Social e o empreendedorismo comercial é o foco do primeiro na criação de valor social em vez da captura de valor (Comini, 2016). Nesta perspectiva, evidencia-se que organizações sociais como cooperativas configuram-se como empreendimentos sociais, pois, por sua própria natureza, buscam equilibrar objetivos econômicos com propósitos sociais.

No Brasil, um dos países mais desiguais, o ES emerge como uma solução potencial. No estado do Piauí, que apresenta níveis significativos de desigualdade de renda, o ES pode catalisar mudanças benéficas. Diante do exposto, o presente trabalho problematizou: De que maneira as práticas implementadas por empreendimentos sociais da região norte do Piauí contribuem para a criação de valor social e atendimento das necessidades locais? Como objetivo geral, investigou as contribuições das práticas adotadas por empreendimentos sociais nas respectivas regiões estudadas no estado do Piauí na criação de valor social. De forma específica: Descreve os principais motivos que conduziram ao surgimento da organização; identifica ações sociais desenvolvidas pelas organizações; aponta os desafios enfrentados pelos empreendimentos sociais presentes em regiões do Piauí no processo de criação de valor social.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Esta seção estrutura-se em três eixos centrais: o Empreendedorismo Social como modelo de atuação, a Criação de Valor Social como geração de benefícios coletivos além do econômico, e contextualiza o Cooperativismo como expressão prática desse fenômeno, orientado por princípios de colaboração e desenvolvimento comunitário.

### **2.1 DEFINIÇÕES DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL**

O Empreendedorismo Social tem como principal objetivo trazer melhorias para a sociedade. Empresas sociais podem ser descritas como entidades de dupla finalidade que combinam objetivos lucrativos com metas sociais ou organizações sem fins lucrativos que se envolvem em atividades comerciais para apoiar a consecução de sua missão (Crupi; Liu; Liu, 2022). Dees (2001) afirma que o ES combina uma missão social com disciplina, inovação e determinação nos negócios.

Nesse contexto, muitos estudiosos apontam para o ES como resposta para mitigar desafios e proporcionar um futuro mais sustentável (Genú; Gómez; Muzzio, 2018; . Diversas atividades estão associadas a essa área e contribuindo para o fortalecimento do Empreendedorismo Social. Elementos como a economia colaborativa, a autogestão, a criatividade adaptativa e a promoção da inclusão social estão ganhando destaque nas discussões, fortalecendo ainda mais a sua relevância diante das necessidades sociais (Colovic; Schruoffenegger, 2021).

## 2.2 CRIAÇÃO DE VALOR SOCIAL NO COOPERATIVISMO

A criação de valor social está relacionada à entrega de valor de uma organização para suas diversas partes interessadas, que são considerados beneficiários-alvo dentro de um ecossistema específico. Não necessariamente, um valor monetário, mas, um benefício ou melhorias nos bens coletivos, por exemplo. É a partir dessa definição que os empreendedores sociais direcionam seus esforços em prol da construção de valor (Denny-Smith *et al.*, 2021; Gonçalves *et al.*, 2022). Para Comini (2016), o valor social esperado pode aprimorar as condições sociais, como as relacionadas ao trabalho ou integração na comunidade. No contexto deste estudo, as cooperativas são entendidas como associações de pessoas que se constituem para oferecer serviços aos seus membros, comprometendo-se reciprocamente a contribuir com recursos ou serviços para realizar uma atividade econômica em comum, sem a finalidade de lucro (De Sousa, 2019).

### METODOLOGIA

O estudo adota uma abordagem qualitativa de natureza exploratória e descritiva. Para investigar como os empreendimentos sociais geram valor social, houve a realização de um estudo de casos múltiplos seguindo as diretrizes de Eisenhardt (1989) em 05 cooperativas localizadas na região Norte do Piauí.

Como instrumento de coleta de dados, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com um roteiro composto por 12 questões, adaptado de Alves e Netto (2013) aplicado junto aos empreendedores sociais atuantes nessas instituições, o roteiro pode ser visualizado no Quadro 01:

Quadro 01-Roteiro de entrevista

<b>ROTEIRO EMPREENDEDORES</b>	<b>OBJETIVO ATENDIDO</b>
Descreva como começou o empreendimento. Porque decidiu abrir essa organização? Quem foi que participou? Fale das pessoas envolvidas (formação, profissão, etc). Que mudanças teve na empresa do início ao que se tornou hoje? Como é feito o controle administrativo? Quais documentos são usados como registro na empresa? Relatórios, atas, etc.	Descrever os principais motivos que conduziram ao surgimento da organização.
Quais os principais objetivos da cooperativa? Que atividades são desenvolvidas para levantar recursos? Como esses recursos são empregados/distribuídos? Quais as ações sociais são realizadas pela instituição? Há um retorno positivo delas?	Identificar ações sociais desenvolvidas pelas organizações com ênfase na criação de valor social.
Quais os principais desafios relacionados ao apoio governamental. Existe ajuda por parte do setor público? De que forma?	Averiguar os desafios enfrentados pelos empreendimentos sociais presente na região Norte do Piauí no processo de criação de valor social.

Fonte: Adaptado de Alves e Netto (2013)

A coleta também agregou a realização de observações em campo. Para a análise dos dados, seguiu-se o processo de codificação proposto por Eisenhardt (1989), utilizando-se os softwares Atlas Ti e Excel como suporte. Foram construídas categorias de análise como:

Missão Social, Crescimento, Controle Administrativo, Aquisição de Recursos, Retorno Social, Desafios e Parcerias. O Quadro 02 expressa a adequação com os códigos utilizados, as categorias construídas a partir desses códigos e as questões do roteiro referente a cada um deles:

Quadro 02: Codificação e categorização

CÓDIGOS	CATEGORIAS	QUESTÕES DO ROTEIRO DE ENTREVISTA
Início da cooperativa	História da cooperativa	Descreva como começou o empreendimento. Porque decidiu abrir essa organização?
Área de atuação; pessoas envolvidas.	Processo de abertura.	Quem foi que participou? Fale das pessoas envolvidas (formação, profissão, etc).
Objetivos da cooperativa Missão social	Missão social	Quais os principais objetivos da cooperativa?
Mudanças	Crescimento da cooperativa	Que mudanças teve na empresa do início ao que se tornou hoje?
Documentações; registros e relatórios.	Controle administrativo.	Como é feito o controle administrativo? Quais documentos são usados como registro na empresa? Relatórios, atas, etc.
Atividades para adquirir recursos	Aquisição de recursos.	Que atividades são desenvolvidas para levantar recursos? Como esses recursos são empregados/distribuídos?
Ações sociais	Retorno social	Quais as ações sociais são realizadas pela instituição? Há um retorno positivo delas?
Limitações nas atividades	Desafios	Quais os principais desafios relacionados ao apoio governamental?
Apoio externo	Parcerias	Existe ajuda por parte do setor público? De que forma?

Fonte: Dados da Pesquisa (2024)

## ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As cinco cooperativas estudadas (Babaçu, Agropecuária, Reciclagem, Mel e Agricultura) possuem variados motivos sociais que resultaram no seu surgimento, principalmente de cunho econômico com vista à geração de renda. Todas evoluíram de associações ou grupos informais para cooperativas formalizadas, buscando crescimento econômico, maior poder de comercialização e aumento da renda dos cooperados.

Na categoria Missão Social, os relatos dos empreendedores revelam objetivos focados na comercialização e no retorno social, confirmando a dualidade de propósitos. As cooperativas ilustram as duas dimensões da função social proposta por Garteiz-Aurrecoa (2011): intra-cooperativa (focada nos cooperados) e extra-cooperativa (focada na comunidade externa).

Em Crescimento e Mudanças, todas as cooperativas relataram avanços significativos após a formalização, como expansão geográfica, melhorias gerenciais e de produção, e maior organização. Essas mudanças agregaram valor social às comunidades atendidas, alinhando-se

à ideia de que o principal objetivo dos empreendimentos sociais é promover o bem-estar (Nieuwenhuizen, 2022).

O Controle Administrativo mostrou-se presente e fundamental para a legalidade e transparência das cooperativas, permitindo acesso a apoio e parcerias. A Aquisição de Recursos varia conforme a atividade de cada cooperativa (derivados do babaçu, criação de animais, recicláveis, mel e polpas de fruta), com a distribuição sendo feita majoritariamente de acordo com a produção ou trabalho individual de cada cooperado.

No quesito Retorno Social, nota-se um impacto positivo na vida dos cooperados, oferecendo suporte e abrindo caminho para produtores, agricultores e catadores. As ações sociais, mesmo quando restritas aos cooperados, criam valor social ao subsidiar pessoas often esquecidas ou marginalizadas, dando-lhes oportunidade e dignidade (Crupi; Liu; Liu, 2022).

Quanto às Parcerias, o principal apoiador citado foi o Sistema OCB/SESCOOP, fornecedor de capacitação e suporte técnico. O governo municipal também foi citado como apoiador em alguns casos, enquanto o apoio dos governos estadual e federal foi descrito como escasso ou indireto.

Os Desafios mais citados foram: a falta de apoio dos governos estadual e federal, a burocracia para acessar benefícios, o preconceito social (especialmente enfrentado pela cooperativa de reciclagem) e a falta de infraestrutura própria. Estes achados corroboram Oliveira e Da Silva (2019), que apontam a obtenção de recursos financeiros e apoio como um dos maiores desafios para empreendedores sociais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que as práticas adotadas pelas cooperativas sociais piauienses estudadas contribuem significativamente para a criação de valor social, melhorando a qualidade de vida e gerando renda para seus cooperados, que em sua maioria pertencem a categorias sociais vulneráveis. O valor social é criado como uma consequência predominante de suas ações, manifestando-se tanto na dimensão intra-cooperativa (beneficiando diretamente os membros) quanto extra-cooperativa (impactando positivamente a comunidade e o meio ambiente).

Os principais desafios para ampliar essa criação de valor são a falta de suporte consistente do governo estadual e federal, o preconceito social e a carência de recursos para um melhor desenvolvimento infraestrutural. Apesar dessas limitações, os empreendimentos demonstram resiliência e capacidade de promover transformações sociais relevantes em suas localidades.

Como limitações da pesquisa, destacam-se a dificuldade de acesso para realizar visitas de observação em todas as cooperativas devido ao distanciamento geográfico. Para pesquisas futuras, recomenda-se a incorporação de cooperativas de outros estados para comparação e a ampliação do número de organizações estudadas.

## REFERÊNCIAS

ALVES, A. L. C; NETTO, F. S. Terceiro setor e empreendedorismo social: o caso da Hallel. Escola no Brasil. **Tourism & Management Studies**, v. 4, p. 1220-1231, 2013.

CAMPIGOTTO-SANDRI, E. *et al.* Empreendedorismo Social e inovação social: uma análise bibliométrica. **Estudios Gerenciales**, v. 36, n. 157, p. 511-524, 2020.

COLOVIC, A.; SCHRUFFENEGGER, M. Institutional voids and business model innovation: How grassroots social businesses advance deprived communities in emerging economies. **Management and Organization Review**, v. 17, n. 2, p. 314-343, 2021.

COMINI, G. M. **Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras**. 2016. Tese de Doutorado. Universidade de Sao Paulo.

CRUPI, A.; LIU, S.; LIU, W. The top-down pattern of social innovation and social entrepreneurship. Bricolage and agility in response to COVID-19: cases from China. **R&D Management**, v. 52, n. 2, p. 313-330, 2022.

DEES, G. J. **The meaning of social entrepreneurship**. Durham, NC: Duke University. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, 2001.

DE SOUSA, L. P. Cooperativismo: conceitos e desafios à implantação da economia solidária. **Vitrine da Conjuntura**, Curitiba, v. 2, n. 2, 2019.

DENNY-SMITH, G. *et al.* How construction employment can create social value and assist recovery from COVID-19. **Sustainability**, v. 13, n. 2, p. 988, 2021.

DOHRMANN, S.; RAITH, M.; SIEBOLD, N. Monetizing social value creation-a business model approach. **Entrepreneurship Research Journal**, v. 5, n. 2, p. 127-154, 2015.

EISENHARDT, K. M. Making fast strategic decisions in high-velocity environments. **Academy of Management journal**, v. 32, n. 3, p. 543-576, 1989.

GARTEIZ-AURRECOA, J. D. 2011. **Las cooperativas: una alternativa económica**. Madrid: Dykinson.

GENÚ, J. M.; GÓMEZ, C. R. P.; MUZZIO, H. A criatividade no empreendedorismo social: motivação, experiência e habilidade, juntas para o bem comum. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 7, n. 3, 2018. <http://dx.doi.org/10.9771/23172428rigs.v7i3.26012>.

GONÇALVES, F. L. P. et al. Estudo sobre geração de valor Socioambiental em Negócios Sociais. **Revista Grifos**, v. 31, n. 55, p. 181-203, 2022.

NIEUWENHUIZEN, C. Female social entrepreneurs in Africa creating social value through innovation. **Entrepreneurship and Sustainability Issues** v. 9, n. 4, p. 225-242, 2022.

OLIVEIRA, M. R.; DA SILVA, S. C. Ensaio teórico sobre os desafios do Empreendedorismo Social no Brasil. **Brazilian Applied Science Review**, v. 3, n. 1, p. 439-443, 2019.