
Negócios de Impacto: Uma análise societal no desenvolvimento afrodiaspórico

Impact Business: A societal analysis on afrodiasporic development

Farlley Santana Pereira⁷⁸

RESUMO

Este trabalho apresentará, em fundamentos bibliográficos, a circunstância sociomercadológica de negócios de impacto no desenvolvimento da população afrodiaspórica. Contudo, a faceta híbrida é um importante componente para construção inicial de impacto e redução de pontos de latência, mas posteriormente, torna-se fator de elevação da capacidade de prover relações sustentáveis, mas que não está vinculada ao desenvolvimento.

PALAVRAS-CHAVE: Negócios de Impacto; Desenvolvimento; Afrodiaspórico; Relacionamento; Sociomercadológico.

ABSTRACT

This work will present, in bibliographic bases, the sociomarket business circumstance of impact on the development of the afrodiasporic population. However, the hybrid facet is an important component for the initial construction of impact and reduction of latency points, but later, it becomes a factor of elevation of the capacity to provide sustainable relations, but that is not linked to development.

KEYWORDS: Impact Business; Development; Afrodiasporic; Relationship; Socio-market

INTRODUÇÃO

O termo ‘negócios de impacto’ tem origem datada durante a década de 1960 nos Estados Unidos, e apresenta atividades similares na Europa durante a mesma época. E a partir da década de 1980 que o movimento ganha força. No Brasil, acredita-se que este segmento começa a criar atividades durante o mesmo período, mas somente a partir da virada do século, com advento da internet, que este mercado passa a ganhar notoriedade, e atingir outros patamares, onde ganha novas roupagens e sua atuação é representada pelo modelo de *startup*.

⁷⁸ Estudante do 8º período do curso de Propaganda e Marketing da Universidade Paulista (UNIP), e-mail: farlleysantana@gmail.com.

Em artigo publicado pela aceleradora Artemísia em seu site, negócios de impacto são empresas que oferecem de forma intencional, soluções escaláveis para problemas detectados em sociedade. Dentro desta perspectiva pode-se destacar que, esses empreendimentos têm como características: público ocioso; intencionalidade em suas ações, ou seja, possuem missão explícita; potencial de escalabilidade; rentabilidade própria; e por fim, carregam o impacto gerado relacionado à atividade principal.

A partir dessas concepções, esta pesquisa tem como característica a revisão bibliográfica da tratativa, bem como análise de empreendimentos a partir da expressividade e relevância de suas ações para o desenvolvimento afrodiaspórico, que têm a escalabilidade ligada diretamente aos processos de contribuição à sociedade.

Deste modo, tem como finalidade apresentar perspectivas de desenvolvimento em relação ao contexto afrodiaspórico a partir de empreendimentos ditos de impacto, emergindo no indivíduo sociomercadológico, relacionando-se com o mercado, comunicação, cultura e progressão coletiva, apresentando a relevância de contribuições, com ênfase no processo de impacto gerado, restando ao gerador o papel de instrumento potencializador e mensurador da confiabilidade no modelo de negócios ao amplo desenvolvimento.

Em suma, ao percebermos quem são os atores desta pesquisa, passam a surgir questionamentos da maneira de inserção dessas esferas na visão de entendimento da motivação e necessidade do modelo híbrido de negócios, para com uma convergência em específico, a afro brasileira, bem como as contingências que permeiam esse cenário. Partindo do pressuposto de boa ação, é evidenciado as seguintes problemáticas: dado aos fatos históricos do Brasil, quem realmente tem impacto sobre a população negra? De que maneira esse impacto influencia no desenvolvimento dessa população? De que forma a comunidade vem se articulando para desenvolver-se? Qual a relação entre esses empreendimentos e a população influenciada? Será esse impacto uma maneira gradativa de erradicação às desigualdades ou apenas manutenção da atual estrutura?

A proposta de notabilizar-se a pesquisa relativa ao desenvolvimento afrodiaspórico, no contexto de negócios de impacto, que torna-se fundamento de setor híbrido para a sociedade futuramente - de acordo com Lemuel Simis, diretor de comunicação da plataforma Firgum, em artigo publicado no site Futuro das Coisas -, transfigura-se a relevância de debater novas

possibilidades de construção de modelos de negócios, como devolutiva e benefício ao mercado relacionado à entregas resolutivas em seus relacionamentos para com a sociedade; bem como o combate às características excludentes, inerentes a visibilidade e elaboração de conteúdos acadêmicos, que carregam teores elitistas e supressivos, em temas relacionados à notoriedade da comunidade afro brasileira.

1. MÉTODO

Para a elaboração deste relatório, o primeiro caminho fora trilhado a partir da leitura com análise crítica e fichamento das obras e artigos a fim de situar-se com entendimento e aprofundamento na temática e contexto do campo trabalhado para mapear e identificar situações aplicáveis ao embasamento da análise proposta.

Os dados coletados serão interpretados por meio da metodologia chamada de análise de conteúdo, desenvolvida por Bardin, sendo essa uma metodologia das ciências sociais para estudos de conteúdo que parte de uma perspectiva quantitativa, analisando numericamente a frequência de ocorrência de determinados termos, construções e referências em um dado texto. Também incidindo sobre várias mensagens, desde obras literárias, até entrevistas. O investigador tenta construir um conhecimento analisando o “discurso”, a disposição e os termos utilizados pelo entrevistado.

Sob essa perspectiva de análise literária, fora requerido uma estruturação de cenários para entender as origens e motivações desses impactos, elaborados pelo autor, a repartição em tópicos para construção de recortes da temática, inicia pela diferenciação entre as características de empreendedorismo social, inovação social e negócios de impacto. Posteriormente a apresentação do cenário cultural do contexto afrodiaspórico em território brasileiro, que se torna elemento principal para medição ulterior da efetividade de impactos sociais, advindos mercadologicamente e, identificação de relevância e implicações ao desenvolvimento desse grupo.

2. AS VERTENTES DO GERADOR: EMPREENDEDORISMO SOCIAL, INOVAÇÃO SOCIAL E NEGÓCIOS DE IMPACTO

Doravante de buscas realizadas via buscadores online utilizando o termo ‘negócios de impacto’, fora obtido diversos apontamentos, bem como também o conflito teórico para com outras nomenclaturas, que coincidem em suas perspectivas metodológicas, mas divergem em suas raízes conceituais e aplicações práticas; entre os termos obtidos estão: empreendedorismo social, inovação social, negócios sociais, negócios com impacto social, negócios de impacto e negócios para base da pirâmide.

Com a amplitude de significações, a possibilidade de taxonomia fora aderido à realização deste trabalho, que identificou e o distribuiu em três grupos para melhor entendimento da aplicação do contexto mercadológico, sendo eles: empreendedorismo social, abarcando todo tipo de iniciativa que busca a resolução de problemas sociais em seu cerne de fundação, mas que o funcionamento mercadológico é secundário; inovação social, atribuído às ações de instituições ou pessoas que buscam atingir alguma benfeitoria, mas não necessariamente está cunhada com o modelo de atuação empresarial; e por fim negócios de impacto, que possuem atividade estritamente ligada aos pilares de sustentação financeira e geração de valor social e econômico.

Em palavras de simples entendimento, empreendedorismo é a ação de empreender, edificar, tornar ativa alguma ação que visa uma troca relacional, em seus primórdios, principalmente econômica. Diante desse sentido primário, ao olharmos por trás do empreendedorismo, há o indivíduo empreendedor, que dado às circunstâncias iniciais, com único cunho, o objetivo individualista.

Na análise macro ambiental dos vetores mercadológicos, o empreendedorismo é uma vertente com demasiada influência quando consideramos a origem ocidental de sua aplicação - que foi a partir da atitude individual do acúmulo de riquezas -, que podemos constatar o início da robustez da criação de capital, tanto na esfera individual, quanto no conjunto de empreendedores. Em consequência à concentração de riquezas por uns, a desigualdade instaura-se em uma sociedade, já que para dominação deverá ter um dominado. Com o despertar da qualificação moral, ações descentralizadas criam o que chamaremos de empreendedorismo social, que possuem o objetivo de efetivamente amenizarem os rastros do empreendedorismo de crescimento individual, para que assim obtenha a geração de valor

social, na qual estende-se para além do funcionamento interno de acionistas e líderes, mas sim colaboradores, fornecedores, consumidores finais e toda a cadeia envolvida.

Tendo como premissa ser uma ação transformadora, o termo ‘inovação social’ aproxima-se do significado de empreendedorismo social, pelo cunho da atividade edificadora, mas o que difere entre ambos, é que em inovação não necessariamente está abarcado o viés de desenvolvimento empresarial, nos desprendemos da origem mercadológica/econômica e adentramos ao entendimento do sistema cívico e suas deformidades, fazendo com que indivíduos exerçam sua capacidade transformadora local.

Com isso, é perceptível que a frente preponderante na inovação social é proeminente da necessidade de resolução de falhas institucionais, entendidos como lacunas abertas no funcionamento da sociedade, e a partir de identificado a latência, o sujeito ou entidade busca solucionar de maneira a transformar o entorno social. Contudo, ao colocarmos a inovação como alternativa contrapostas às ações tradicionais, deverá ser levado em consideração os contextos econômicos e socioculturais de uma sociedade, para que assim seja proposto ações afirmativas passíveis de serem eficientes àquele âmbito.

Ao aprofundarmos no debate sobre as formas de surgimento e incorporação da inovação social, a identificação do papel da Ciência e Tecnologia é fator fundamental no amplo espectro do cerne social, assim como defende Baumgarten (2008, p. 103) de que em países de semiperiferia mundial como o Brasil, a temática remete à “relação entre produção de ciência, tecnologia, inovação e necessidades sociais e à importância crescente da apropriação, por parte de diferentes atores sociais de conhecimento científico que possa ser incorporado socialmente para a resolução de problemas, gerando inovação social”.

A caracterização de negócios de impacto tem resquícios de surgimento durante os anos 1980 nos Estados Unidos, porém, passou a ter maior notoriedade a partir da premiação do Nobel da Paz em 2006, onde Muhammad Yunus fora reconhecido por sua atuação com microcrédito e ações para redução da vulnerabilidade socioeconômica em Bangladesh.

Em site de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a aceleradora Artemísia, entende-se que ‘negócios de impacto’ são empresas que oferecem de forma intencional, soluções escaláveis para problemas detectados em sociedade, e que contribuam para transformar a realidade de populações menos

favorecidas e fomentem o desenvolvimento da economia nacional. Abarcando este sentido, os negócios de impacto surgem como um conceito novo: são organizações híbridas que possuem tanto o objetivo social quanto o financeiro em seu escopo (BARKI, 2015). Nesse ponto de vista inicial, o problema econômico somente surge quando há escassez de recursos para que se alcance os objetivos escolhidos, considerada essa escassez não como uma característica absoluta, mas, tão somente como uma condição relacionada com a demanda (MARINS, 2018).

Seguindo a linha de imersão aos negócios de impacto social, é notório que a correlação entre atividade mercadológica está intrínseca ao desenvolvimento do público e/ou latência trabalhada, portanto, “Negócios de Impacto são organizações que visam solucionar demandas relacionadas a problemas sociais, seja ofertando produtos e serviços, seja incluindo indivíduos ou grupos. Essas organizações devem promover sua própria sustentabilidade financeira, sendo facultativa a distribuição de lucros” (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016).

Na análise do modelo de negócios desses empreendimentos, o impacto propriamente dito é algo indissociável ao âmago mercadológico, esse fator é perceptível pela sucessão de necessidades para mensuração da viabilidade e eficiência do tipo de negócio. Conhecer a capacidade de um negócio gerar impacto social é aspecto determinante da constituição de sua identidade (BRANDÃO; CRUZ; ARIDA, 2014).

Contudo, todo negócio pode ser escalável, mas nem todos terão impacto em sua atuação. Ao definirmos que algum negócio em sua especificidade trás transformações para algum território ou situação, deverá ser elucidado sua forma de contribuição no formato do impacto, seja ele em profundidade, onde a atuação permite rupturas e transfigurações internas para com os receptores; escala para fora, na qual os métodos quantitativos serão os principais indicadores; e pôr fim a escalabilidade para cima, onde o principal trabalho é relacionado ao contexto político, neste ponto faz-se alusão ao sistema piramidal, onde as leis ocupam o topo da pirâmide para reger as normas sociais.

E ao olhar para a relação entre transmissor e receptor da influência mercadológica, como aponta no estudo Modelo de Negócios com Impacto Social, “o impactado representa o público que recebe o benefício, identificando se ele é impactado como cliente, se o impactado

encontra-se na comunidade (geração de renda ou emprego por exemplo), podem ser impactados ainda os portadores de necessidades especiais ou o meio ambiente.”.

Assim como discorre o estudo de Brandão, Cruz e Arida (2014) avaliar as ações exercidas por esse tipo mercadológico resultam em algumas frentes, entre elas há a necessidade da visualização da relação causal entre a efetiva mudança e sua variável. Para tal mensuração, sugere-se que o impacto deverá advir das categorias: atributos, sendo de mudanças e/ou causas e efeito; e natureza, permeando o tempo, território e/ou método.

Por fim, é compreensível que a complexidade na atmosfera de negócios de impacto tem demasiada amplitude, tanto em sua caracterização de efetividade, quanto em sua constituição técnica, que permitirá identificar métricas, escopo e sustentação. Entende-se que esse modelo é híbrido pelas suas premissas geração de valor dentro dos objetivos econômicos e sociais, mas que deverá se atentar às contingências relativas ao contexto que está inserido, pois em diferentes níveis é possível tornar unilateral sua atuação, e ceder para um modelo de negócio tradicional, com a exploração de recursos econômicos, ou tender ao atendimento filantrópico, portanto, deverá definir uma linha tênue para que encontre a autossustentação financeira e que gere lucro social para com território que pertence, levando em consideração ações para mensuração de resolução dos problemas relacionados ao empreendimento.

3. IDENTIFICAÇÃO DO SUJEITO

Nos tópicos anteriores fora identificado os possíveis agentes da ação inicial que compõe a problemática deste artigo. Aqui ficará a cargo do seguinte questionamento contextual: quem é o sujeito impactado? Tendo esta indagação como ponto de partida, fora levado em consideração a persona do proponente da pesquisa: homem, afro diaspórico, classe média baixa, morador de região periférica; que coincide com características em comum com maioria da população. De acordo com a Pesquisa de Amostragem em Domicílio Contínua, divulgada⁷⁹ em 2016 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil é composto por aproximadamente 54% de negros – denominação utilizada pelo Instituto para

⁷⁹ Matéria divulgada pelo Portal G1 de Notícias: <https://g1.globo.com/economia/noticia/populacao-que-se-declara-preta-cresce-149-no-brasil-em-4-anos-aponta-ibge.ghtml>. Acesso em: 10 fev. 2020.

referir-se à pardos e pretos, sendo 46,7% declarados pardos e 8,2% declarados pretos –; bem como representam 78% entre os mais pobres, contra 25% entre os mais ricos.

Entre os alicerces de constituição científica deste relatório, faz-se necessário entender algumas circunstâncias que permeiam a sociedade brasileira, o fator demográfico é amplamente usado, mas em alguns casos é apenas reduzido ao montante quantitativo da população negra. Ao incorporar a expressão afrodiáspórica, pois não estará trabalhando com uma população natural do continente sul americano, e sim do processo escravocrata para construção, em sangue, do território dito Brasil. Partindo desse princípio, pode-se entender que diáspora, trata-se de “uma ocorrência dramática e histórica para os africanos, mas revelou incansáveis perspectivas de enfrentamento à escravidão. Os efeitos desses acontecimentos ainda estão em curso e nos orientam a rever nossos lugares de vítimas e carrascos” (RODRIGUES, 2012, p. 1).

Ao fazer uma realocação de espaço-tempo para chegar-se ao contexto atual brasileiro, em 2020, há uma população negra encontrada, principalmente, em periferias, que em contrapartida tem grande influência econômica no país, seja pela economia do consumo ou pela relevância produtiva, que torna-se geradora de um ciclo de autonomia e busca pelo desenvolvimento pautado em diferentes aspectos, dentre eles o empreendedorismo como forma de subsistência e movimentação local com afirmações identitárias, culturais e étnicas.

Contudo, na análise primária do desenvolvimento afrodiáspórico, é notável que este tópico é discutido em níveis que extrapolam a construção acadêmica, e como contribuição de parte desse aspecto, o empreendedorismo é uma das maiores ferramentas de subsistência já presenciada. A participação da raça negra aumentou de 43% para 49% no segmento das micro e pequenas empresas, aquelas que possuem faturamento de até R\$ 3,6 milhões por ano (SEBRAE, 2017). Na qual fala-se de mais de 11 milhões de empreendedores, e cerca de 60% deles são chefes de família. Por outro lado, evidenciar que ao combinar a situação periférica e o empreendedorismo cunhado por pessoas negras, emergem características próprias de um ecossistema de fortalecimento coletivo e localizado. No que tange conceitualmente, a Economia Étnica é fator preponderante, mas que não abarca em todas especificidades, pois no Brasil, a população negra compõe um percentual considerável dos habitantes totais no país.

4. ANÁLISE DE INTERPELAÇÃO

Ao percebermos o cenário o histórico do país em questão, é visível que a população negra em diáspora possui diferentes níveis - sendo estes, variáveis de acordo com o território analisado - e que poderão apresentar maior ou menor contraste entre seus habitantes para o desenvolvimento, sendo eles abarcados pela submissão em trabalhos precários, subcolocados, atuando de forma empreendedora formal ou atividades comerciais informais para alcançar sua subsistência. Os fatores que compõem o escopo de influência para o indivíduo chegar nesse ponto, geram desequilíbrio socioeconômico, levando a necessidade de agentes, em contraposição a negligência do Estado, para compor o suprimento de redes conectivas, provendo ações que entregam resoluções parciais ou integrais, que são advindas muitas vezes do espectro institucional, demonstrando unicamente - leva-se em consideração a documentação já feita desse tipo de ação - as atividades elaboradas pela filantropia, organizações não governamentais ou funções sociais.

Com este fato, há a ignorância do pensar a inércia da população negra; essa que, pela amplitude e pluralidade, apresenta diferentes formas de articulação, criando redes locais e que contribuem para seu desenvolvimento microambiental. Portanto, em suas relações de poder é evidente que a canalização monetária possui linha de retorno àqueles que detém o capital, pois mesmo nas micro ações de uma população, ela está submissa aos grandes centros de controle; e em mesma instância seu desenvolvimento pode ser considerado, em maioria, autônomo pela dúbia circunstância de co-dependência entre a mazela (característica social), população e mercado. Esse efeito gera a função, em parte dos casos, empreendedora e inovação social, que permitem o crescimento localizado a curto prazo, portanto, as ações não possuem padrão de escalabilidade ou mensuração quali ou quantitativa descritas em relatórios ou artigos demonstrando a progressão efetiva daquela população.

Este trabalho permeia diferentes óticas para entendimento da problemática, uma delas é a complexidade de identificar e mensurar pontualmente a função do impacto, advindo mercadologicamente, com o desenvolvimento de uma população, que enfrenta diferentes influências de acordo com a região. Para isso, as contingências permitidas à elaboração do presente artigo, são delimitados ao levantamento bibliográfico e estudo de relatórios

encontrados por meio de buscas. Entre os aspectos detectados, é visto a incidência de mecanismos para auxiliar na tangibilização do impacto provido, mas não há convergências explícitas a respeito de métodos ou ferramentas eficazes para tal. Porém, de acordo com os resultados obtidos, a natureza do impacto será um importante indicador para poder definir as métricas, bem como apresentar até onde a problemática trabalhada será resolvida, característica essa que não é evidente nos artigos levantados.

O entendimento da aplicabilidade, impacto e legado proporcionado pelos empreendimentos em relação ao funcionamento do desenvolvimento societal e por fim gerar o efeito sociomercadológico, em aplicação a este trabalho, está pautada na fricção do mercado, em pós capitalismo, e emergência social, proporcionada pela globalização em sua imersão unificadora. Em suma, a relação entre ambos, sociedade e mercado, é resultante no espectro sociomercadológico pela agremiação das partes em sua co-dependência (PEREIRA, 2020).

Diante da análise dos materiais levantados, não fora encontrado aspectos que indiquem pontualmente o resultado posterior a entrega – no ponto de vista do marketing, é quando o cliente faz propriamente o uso do produto/serviço –, esse fator indica que a relação entre gerador de impacto e impactado, é de natureza quantitativa, na qual a mensuração é feita momentaneamente e assinada como índice de transformação, mas não necessariamente reflete o desenvolvimento, pois supre necessidades parciais.

A indicação de impacto deve ser encarada como um funil qualitativo e quantitativo, demonstrando as potencialidades das ações, sendo: influência momentânea, trajetória ampliada e por fim o desenvolvimento pelo impacto. Conforme as mazelas são identificadas em sociedade, o primeiro contato com ela pode ser considerado quantitativo, pela proposta em ser escalável, mas que só poderá ser considerado efetivo, após a continuidade de fricção sociomercadológica, que permite o contato a médio/longo prazo com o público, fazendo com que a propriedade da atividade se manifeste em formato qualitativo, demonstrando que o impacto de primeiro contato está sendo participativo no desenvolvimento da população trabalhada em conjunto.

Dentro do cumprimento de entrega de valor social, algumas noções são falhas ao identificar, catalogar e efetivar. Esse aspecto é perceptível quando buscados em escritos, a comprovação de que o impacto a longo período é firmado com progressão dos indivíduos.

Neste trabalho não é questionado ações em específico, estamos em ampla circunstância, o que não nos permite criar métricas para esse tipo de empreendimento, que são encontrados em diferentes segmentos e requerem medições específicas, tanto para circunstâncias operacionais, quanto para as latências trabalhadas.

Conforme apresentado por Brandão, Cruz e Arida (2014), o impacto pode estar relacionado a diferentes aspectos, na qual está relacionado a atributos, onde necessariamente está em conjunto com o efeito de relação entre sujeitos/instituições, que é o caso deste trabalho, como também de natureza, ligado diretamente às contingências naturais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finaliza-se com as características teóricas acerca de uma modelagem específica de negócios, que vem a ser um grande indicador de dirupção no mundo empresarial, que integra em sua essência a faceta híbrida e oportunista de amplo desenvolvimento daquilo que cerca as atividades do empreendimento.

As formas de atuação visam um público alvo, que deve ser atingido e convertido em resultados, mas o problema é apresentado ao questionarem a efetividade qualitativa desses negócios, será mesmo que estamos rumo ao desenvolvimento coletivo ou apenas em um ciclo quantitativo de construção de falsos progressos? Pois, como indica a pesquisa, ao final do processo o problema não é erradicado. Para responder esse tópico é necessário maiores esforços de edificação da temática fugindo do escopo conceitual e incorporando metodologias práticas, porém, com os dados aqui levantados, pode-se assegurar que ainda há muito o que fazer dentro das instituições para que de fato entendam com quem estão lidando, e propriamente qual a relevância de sua atuação para determinada situação sociomercadológica, bem como identificar programas de mensuração, tendo prévia necessidade tática para designar uma linha de desenvolvimento de impacto e sua relação entre os envolvidos, tendo assim o acompanhamento em diferentes fases do impacto, inicialmente quantitativo, depois de maturação e por fim de desenvolvimento efetivo.

Neste projeto não é requerido um agente empresarial específico e atuante para identificar e medir a efetividade de tais ações. Fora optado pelo alicerce teórico para

entendimento das circunstâncias, e um dos pontos que se atinge é que em momento algum as obras literárias citadas demonstram caráter de mensuração, quais são as finalidades, retornos empresariais, lucro social ou ações de concretização do legado. Em contrapartida, é amplamente discutido as formas de reinvenção autônoma dessa população em diáspora, tendo fluxos de manutenção e de existência, seja econômica, cultural ou identitária, por meio de implementação de pequenos negócios regionais, ações culturais, movimentos civis independentes, entre outros, que geram de algum modo, micro impactos na população em seu perímetro de atuação.

Conclui-se que a faceta híbrida mercadológica é um importante componente, para construção de uma sociedade saudável, onde inicialmente o impacto reduz pontos de latência, mas que posteriormente, torna-se fator de manutenção das trocas sociomercadológicas, elevando assim a capacidade de prover produtos e relações sustentáveis, mas que não estão vinculadas ao desenvolvimento e, sim, a construção da atualidade favorável àqueles envolvidos.

REFERÊNCIAS

- MARINS, James. O empreendedorismo social como movimento transformador massivo. ANASTÁCIA, Maria Regina (Org); MARINS James (Org); CRUZ FILHO, Paulo Roberto (Org). **Empreendedorismo Social e Inovação Social no Contexto Brasileiro**. São Paulo: Editora PUCPRESS. 2018.
- BARKI, Edgard. **Negócios de Impacto: Tendência ou Modismo?** São Paulo: FGVExecutivo. 2015.
- CASSIANO, Thiago Francysco Rodrigues. Relato de Experiências sobre a afrodiáspora na arte, cultura, memória e identidade: Reflexões sobre ser biopolítico na universidade. *In: Revista Humanidades e Inovação, Tocantins*, v. 5, n. 4, p. 252-261, 2018..
- FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GRECO. Simara Maria (Coord). **Global Entrepreneurship Monitor** - Empreendedorismo no Brasil 2016. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, 2017.
- JUSTEN, G. S. ; TEIXEIRA, R. M. ; SEGATTO, A. P. . Empreendedorismo social e inovação social: convergências e diferenças conceituais. *In: ENCONTRO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO*

EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE (ENGEMA), 20, 2018, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Engema, 2018.

NOGUEIRA, João Carlos. **Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro Brasileiro: Desafios Históricos e Perspectivas para o século 21**. São Paulo. Editora Atilende. 2013.

OLIVEIRA, Tais. **Redes Sociais na Internet e a Economia Étnica: Um estudo sobre o Afroempreendedorismo no Brasil**. 135 pag. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas e Sociais) - Universidade Federal do ABC. São Bernardo do Campo, 2019.

ROBBINS, Lionel. **Um ensaio sobre a natureza e a importância da ciência econômica**. São Paulo: Saraiva, 2012.

RODRIGUES, Ricardo Santos. Entre o passado e o agora: diáspora negra e identidade cultural. **Revista Epos**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, dez. 2012. Disponível em: Acesso em 20 jan. 2020.

SILVEIRA, Daniel. **População que se declara preta cresce 14,9% no Brasil em 4 anos, aponta IBGE**. Disponível em <https://g1.globo.com/economia/noticia/populacao-que-se-declara-preta-cresce-149-no-brasil-em-4-anos-aponta-ibge.ghtml>. Acesso em: 05 fev. 2020.

Instituto de Tecnologia Social. **Conheça a Tecnologia Social**. ITS. Disponível em: <http://itsbrasil.org.br/conheca/tecnologia-social/>. Acesso em: 20 jul. 2020.

BAUMGARTEN, Maíra. Ciência, tecnologia e desenvolvimento – redes e inovação social. **Parcerias Estratégicas**, Brasília, n. 26, p. 101-123, jun. 2008.

PETRINI, Maira; SCHERER, Patrícia; BACK, Léa. Modelo de Negócios com Impacto Social. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 56, n. 2, mar./abril, p. 209-225, 2016.

BRANDÃO, Daniel; CRUZ, Célia; ARIDA, Anna Lívica. **Métricas em Negócios de Impacto Social: Fundamentos**. Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) Move Social. 2014. Disponível em: <https://sinapse.gife.org.br/download/metricas-em-negocios-de-impacto-social-fundamentos>.

SEBRAE. **Retrato dos Pequenos Negócios Inclusivos e de Impacto no Brasil 2017**. INLCUIR: SEBRAE: PNUD. 2017.

TESE de Impacto Social em Alimentação – os principais desafios que a população de baixa renda no Brasil enfrenta no tema e como negócios de impacto social podem trazer melhorias às vidas dessas pessoas. **Artemísia**, 2017. Disponível em: <https://artemisias.org.br/alimentacao/>. Acesso em: 3 mai. 2020.

TESE de Impacto Social em Serviços Financeiros - oportunidades para negócios de impacto social. **Artemísia**, 2018. Disponível em: <https://artemisias.org.br/servicosfinanceiros/>. Acesso em: 3 mai. 2020.

TESE de Impacto Social em Empregabilidade – Oportunidade para empreender com impacto no setor. **Artemisia**, nov. 2019. Disponível em: <https://www.artemisia.org.br/empregabilidade/>. Acesso em: 3 mai. 2020.

MILES, Tshombe. Abdias Nascimento e a Tradição Intelectual Afrodiaspórica: no Combate ao Racismo. **Revista de Ciências Sociais**. Fortaleza, v. 48, n. 2, p.106-136, jul./dez., 2017.