

Afinal, o que são ne

Há ainda muitas dúvidas sobre o desenvolvimento de práticas relacionadas a negócios inclusivos – até em relação ao próprio tema. Quais públicos-alvo estão envolvidos? Como conduzir, de forma efetiva, a integração de ações entre governos, comunidades, sociedade civil organizada e empresas? Como o investimento social em negócios inclusivos pode colaborar para o desenvolvimento das cidades? Isso gera vantagem para as empresas?

Como compreendê-los?

De acordo com o conceito abordado no Congresso Internacional de Cidadania Empresarial – Práticas e Inovações sobre Negócios Inclusivos, negócios inclusivos (NI) são iniciativas economicamente rentáveis, além de ambiental e socialmente responsáveis. Utilizam os mecanismos do mercado para melhorar a qualidade de vida de pessoas com maior vulnerabilidade social, ao permitir sua participação na cadeia de valor como fornecedores de

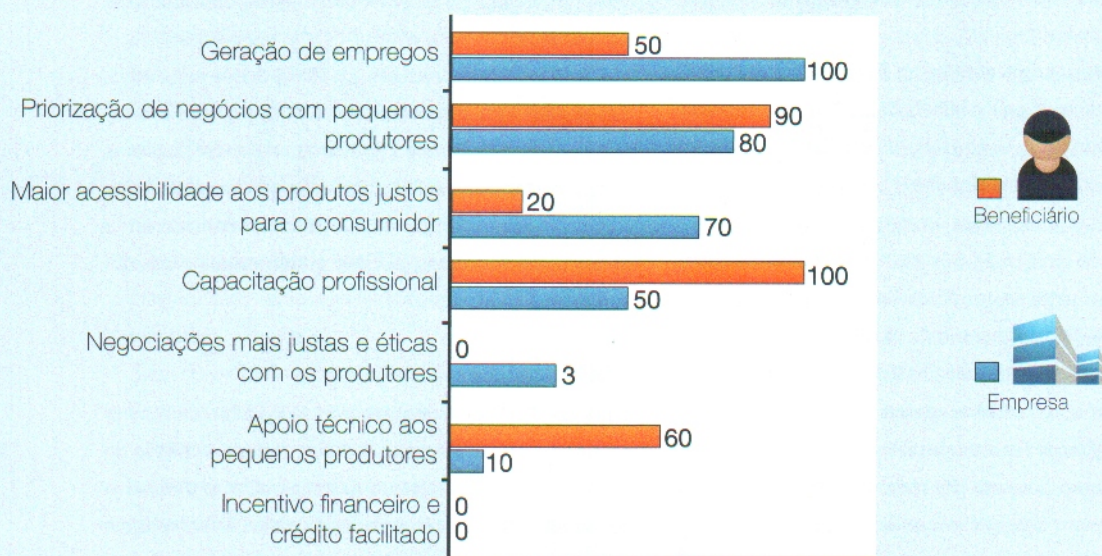
matéria-prima, agentes que agregam valor a bens ou serviços ou distribuidores de bens ou serviços, além de prover o acesso a serviços básicos essenciais de melhor qualidade ou a menor preço e a produtos ou serviços que lhes proporcionem oportunidades de fazer negócios.

Em mais uma parceria entre o Instituto de Pesquisa de Mercado e Opinião Market Analysis e Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), foi realizado o estudo *Rede de mercados inclusivos: dos beneficiados às grandes empresas*, que aborda temas como: relevância dos negócios inclusivos e prioridades de ação, expectativas e desempenho das grandes empresas em NIs, a experiência de ser um beneficiado e os desafios e oportunidades do engajamento nos negócios inclusivos.

Quem são os públicos-alvo?

O estudo foi realizado com dois públicos distintos: representantes de organizações beneficiadas por iniciativas

Expectativas de ações corporativas em prol dos NIs (%)



Públicos-alvo:

Beneficiários – amostra de 40 entrevistas realizadas via telefone entre 22 de outubro a 04 de novembro de 2010.

Empresas – amostra de 41 entrevistas realizadas por telefone e online entre 19 de outubro e 11 de novembro de 2010.

gócios inclusivos?

inclusivas; e representantes de grandes corporações alinhadas com a sustentabilidade e em diferentes estágios de atuação com relação às iniciativas de negócios voltados para a população de baixa renda.

A pesquisa constatou alguns dados interessantes. O quesito desempenho empresarial em mercados inclusivos, por exemplo, gera opiniões conflitantes: apenas 18% dos beneficiados avaliam que as corporações em geral possuem programas, enquanto 73% dos empresários afirmam que suas empresas já praticam negócios inclusivos. Coerentes com essas visões contrastantes são as entidades governamentais ou instituições como o Sebrae, que surgem entre os beneficiados como principais organizações de referência no apoio aos negócios inclusivos – as grandes empresas acompanham a distância.

A falta de organização empresarial é o maior obstáculo no desenvolvimento de NIs para ambos os públicos,

atingindo 76 pontos no índice de intensidade para empresas e 67 pontos para os beneficiados.

Beneficiados e gestores de grandes empresas coincidem na necessidade de um papel mais incentivador por parte do governo. Além disso, os beneficiados entendem que o principal desafio será gerar valor dos produtos provenientes de mercados inclusivos para o próprio consumidor, enquanto os gestores identificam como principal tarefa conquistar uma melhor compreensão do valor dos NIs entre investidores e acionistas.

Ao falar das ações de negócios inclusivos, a maior parcela dos empresários (46%) se refere a iniciativas de capacitação profissional, – e, de fato entre as empresas engajadas na questão, é esse tipo de foco que predomina. Por outro lado, a capacitação profissional faz parte das expectativas de apenas 14% dos beneficiários. A primeira expectativa de atuação corporativa para os últimos tem a ver com a geração de empregos.

Ficha técnica:

Estudo *Rede de mercados inclusivos: dos beneficiados às grandes empresas*, elaborado em parceria entre a Market Analysis e o CEBDS.

Ranking de empresas apoiadoras



Obs: são citadas com uma menção cada: Bunge, Caixa Econômica Federal, Cáritas, Centroflora, IEDHMA, Igreja, Ministério do Desenvolvimento Agrário, ONG Terra Azul, ONG Visão Mundial, Slow Food-Brasil, Toledo do Brasil, Triunfo, Unicorto, Unitrabalho e Univale.