



**Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Administração**

**EAD 724 – Disciplina optativa livre
Responsabilidade Social e Empreendedorismo Socioambiental
Prof.^a Dr.^a Graziella Maria Comini
Prof.^a Dr.^a Rosa Maria Fischer**

Justificativa

As principais instituições de ensino brasileiras, assim como a USP, são signatárias de um protocolo internacional que estabelece seu compromisso com a disseminação de conhecimentos e a formação de pessoas em práticas responsáveis de gestão – *Principles for Responsible Management Education* (www.unprme.org).

Esta disciplina insere-se nesse objetivo ao propiciar aos alunos de graduação, de diferentes cursos da Universidade, os fundamentos teórico-conceituais, bem como, as técnicas e procedimentos de aplicação prática que lhes permitam desenvolver habilidades e competências de gestão responsável e sustentável.

A disciplina busca estimular nos alunos o interesse pelo empreendedorismo socioambiental como uma atividade que se insere no quadro do capitalismo responsável com a perspectiva de contribuir para o desenvolvimento sustentável multidimensional.

Objetivos Pedagógicos

- Despertar e orientar o interesse dos alunos pelas iniciativas empreendedoras concebidas com o propósito de gerar valor social e/ou ambiental.
- Municar os alunos do referencial teórico-conceitual que fundamenta a aplicação prática dos conhecimentos sobre Empreendedorismo Socioambiental, como: Evolução das Agendas Social e Ambiental; O Papel das Organizações do Terceiros Setor; Parcerias e Alianças Estratégicas Intersectoriais; A Emergência do Empreendedorismo Socioambiental.
- Capacitar os alunos a identificarem as características organizacionais dos empreendimentos socioambientais, como: as organizações híbridas, os negócios inclusivos, os negócios de impacto. Capacitar os alunos a identificarem os principais desafios de gestão dos empreendimentos socioambientais, como: a modelagem do negócio e das estratégias, a captação de recursos e de investimentos, a constituição e administração da equipe, o monitoramento e avaliação do desempenho e do impacto.



**Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Administração**

Metodologia de Ensino

A disciplina será oferecida ao longo de 30 horas/aula que ocorrerão durante 6 dias sequentes no período de férias escolares, de modo a propiciar a inscrição de alunos interessados provenientes das mais diversas unidades de ensino da Universidade. Essas aulas serão ministradas em plataforma digital (EAD), de forma síncrona, de modo a possibilitar a participação de alunos que estejam alocados em diferentes campi da USP. Os métodos empregados compreendem:

Exposições dialogadas proferidas pelas docentes, bem como, por palestrantes convidados como empreendedores sociais, gestores de OSCs e negócios de impacto e profissionais especializados.

- Estudos de Caso que estimulem a participação ativa dos alunos na resolução dos dilemas propostos.
- Trabalhos em subgrupos e debates em painel apoiados pela bibliografia e buscas orientadas.
- Elaboração de trabalho em subgrupo.

Avaliação

O desempenho dos alunos será aferido por:

- Elaboração de trabalho em subgrupo enfocando a análise de um empreendimento socioambiental, empregando o conteúdo programático da disciplina (60%).
- Participação em sala de aula, aferida pelo envolvimento com tarefas como resumo de leituras prévias e resolução de problemas em subgrupos (40%).

Conteúdo Programático

- Desafios para o desenvolvimento sustentável no Brasil: características econômicas, sociais, políticas e culturais.
- Evolução de conceitos e práticas: a Agenda Social.
- Evolução de conceitos e práticas: a Agenda Ambiental.
- Responsabilidade e Sustentabilidade Corporativa: do Investimentos Social ao ESG.
- Estado, Mercado e Terceiro Setor: parcerias e alianças estratégicas.

Novos formatos organizacionais: organizações híbridas, Bcorp, valor compartilhado, empresas regenerativas.

- A emergência do Empreendedorismo Socioambiental: negócios inclusivos, negócios de impacto
- O ecossistema dos Negócios Socioambientais: aceleradoras, incubadoras, fundos de investimentos, o papel da Academia.



**Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Administração**

- Gestão de Negócios Socioambientais: modelagem, captação de recursos, composição de equipe, monitoramento e avaliação

Algumas referências bibliográficas

- Austin. 2002. **The Collaboration Challenge: How Non profits and Businesses succeed Through Strategic Alliances**. San Francisco, CA: Jossey –Bass
- Austin, J.; Reficco, E.; et al. Creating social and economic value. 2006. In: SEKN – **Social Enterprise Knowledge Network. Effective management of social enterprises: lessons from business and civil society organizations in IberoAmerica**. Cambridge, MA: Harvard University.
- Barki, e. Izzo, D. Torres, H.G, e aguiar, L. (org.) **Négócios com impacto social no Brasil**. São Paulo: Peirópolis, 2013.
- Borzaga, C., & Galera, G. 2009. Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation. ***Social Enterprise Journal***, 5 (3): 210-228.
- Brugmann, J., & Prahalad, C.K. 2007. Co-Creating Business's: New Social Compact. ***Harvard Business Review***. Feb2007: 80-90.
- Celli, J. B., & González, R. A. 2010. Iniciativas de mercado con sectores de bajos ingresos y generación de valor econômico. In: P. Márquez, E. Reficco, & G. Berger (Eds). ***Negocios inclusivos - Iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica***. Bogotá, Colômbia: Amaral Editores.
- Chu, M. 2005. ***Commercial Returns and Social Value: The Case of Microfinance***. Documento presentado en la conferencia sobre pobreza mundial organizada por la Harvard Business School, Boston, MA, 1 al 3 de diciembre de 2005.
- Comini, G.; Fischer, R. ***Edição Especial da Rausp***. Volume: 47 - Número: 3 - Data: julho / agosto / setembro 2012. <http://www.rausp.usp.br>
- Comini, G., Teodósio, A., Furtado, A., & Barros, P. 2011. ***As Promessas dos Negócios Inclusivos para a Pobreza: caminhos e descaminhos da teorização e práxis no contexto brasileiro***. Working Paper, University of São Paulo.
- Comini, G. 2011. Negócios Sociais e Inclusivos: um panorama da diversidade conceitual. In: Ashoka, ***Mapa de Soluções Inovadoras***. São Paulo.
- Comini, G., Barki, E. & Aguiar, L. A . 2011. Three-Pronged Approach to Social Business: A Brazilian Multi-Case Analysis. C.K. Prahalad's Legacy: Business for Poverty Alleviation Conference hosted by the University of San Diego's Center for Peace and Commerce (CPC) and the Ahlers Center for International Business. San Diego.
- Dawar, N., & Chattopadhyay, A. 2002. Rethinking Marketing Programs for Emerging Markets. ***Long Range Planning***, 35 (5): 457-474.
- Dees, J. 1998. ***The Meaning of Social Entrepreneurship***. Boston, MA: Harvard Business School.



Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Administração

- Fischer, R. Intersectoral alliances and the reduction of social exclusion. 2006. In: SANBORN, Cynthia; PORTOCARRERO, Felipe (eds.); et al. *Philanthropy and social change in Latin America*. Boston, MA: Harvard University David Rockefeller Center for Latin American Studies.
- Fischer, R. M. 2002. **O desafio da colaboração: práticas de responsabilidade social entre empresa e Terceiro Setor**. São Paulo: Gente.
- Fischer, R.M. 2006. Organizational culture in social enterprise. In: SEKN – Social Enterprise Knowledge Network. **Effective management of social enterprises: lessons from business and civil society organizations in IberoAmerica**. Cambridge, MA: Harvard University, p. 75-110.
- Hart, S. 2011. Taking the green leap to the base of the pyramid. In: T. London, & S. Hart (Eds). 2011. **Next Generation Business Strategies for the Base of the Pyramid**. New Jersey: Pearson Education
- Khanna, T., & Palepu, K. 2006. Emerging Giants: Building World-Class Companies in Developing Countries. **Harvard Business Review**, 84 (10).
- Karnani, A. 2007. The Mirage of Marketing at the Bottom of the Pyramid. **California Management Review**, 49 (4).
- Kerlin, J. 2006. Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences. **International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, 17 (3): 247 - 263.
- KYAMA, R. COMINI, G, AMARIO, E. Criação de Negócios Sociais no Brasil: Um Estudo Exploratório. **Enanpad**, 2014
- London, T., Hart, S. 2011. **Next Generation Business Strategies for the Base of the Pyramid**. New Jersey: Pearson Education.
- Márquez, P., Reficco, E., & Berger, G. 2010. Conclusiones: aprendizajes sobre el desarrollo de negocios inclusivos. In: P. Márquez, E. Reficco, & G. Berger (Eds). **Negocios inclusivos - Iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica**. Bogotá, Colômbia: Amaral Editores.
- Porter, M. Kramer, M. 2011. Creating Shared Value. **Harvard Business Review**. Jan-Feb 2011.
- Portocarrero and Delgado. 2010. Negocios Inclusivos y generación de valor social in: In: MÁRQUEZ, P.; REFICCO, E.; BERGER, G. **Negocios inclusivos - Iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica**. Bogotá, Colômbia: Amaral Editores / BID.
- Prahalad, C. K., & Hart, S. 2002. The Fortune at the Bottom of the Pyramid. **Strategy + Business**, 1 (26).
- Reficco, E. 2010. Negocios Inclusivos y Responsabilidad Social: un Matrimonio Complejo. **Debates IESA**, XV (3).
- Sen, A. 2000. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras.
- Young, D. Alternative Perspectives on Social Enterprise. 2009. In: J. Cordes, & E. Steuerle (eds.). **Nonprofits and Business**, Washington, D.C.: The Urban Institute Press.
- Yunus, M. 2007. **Creating a World without poverty: Social Business and the future of capitalism**. New York: Public Affairs.