

## **EMPRESAS SOCIAIS NA PERSPECTIVA DE COMUNIDADES DA AMAZÔNIA BRASILEIRA**

**GELCIOMAR SIMÃO JUSTEN**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

**ANDRÉA PAULA SEGATTO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

**RODRIGO LUIZ MORAIS-DA-SILVA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

**INDIRA GANDHI BEZERRA DE SOUSA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

# EMPRESAS SOCIAIS NA PERSPECTIVA DE COMUNIDADES DA AMAZÔNIA BRASILEIRA

## 1 INTRODUÇÃO

A Amazônia é um bioma que ocupa boa parte do território sul-americano, apresentando-se em países como Brasil, Bolívia, Peru, Colômbia, Equador, Venezuela, Guiana, Guiana Francesa e Suriname.

No Brasil, a Amazônia corresponde a cerca de 60% do território nacional, abarcando todos os Estados da Região Norte e, também, parte dos Estados de Mato Grosso, Tocantins e Maranhão. Na Amazônia Brasileira vive cerca de 12% da população nacional, o que somado a fauna e flora dão à este bioma características únicas em termos de recursos e, principalmente, da cultura (CARVALHO; DOMINGUES, 2016; PEREIRA; ASSIS; SÁ, 2016).

Todavia, mesmo sendo um local de riquezas conhecidas pelo mundo, a Amazônia, devido ao seu histórico de ocupação desordenada, se insere em um contexto de desigualdades socioeconômicas e problemas ambientais, o que tem despertado a atenção de agentes públicos, organizações internacionais e movimentos da sociedade civil (LIMA; POZZOBON, 2005; GOMES, 2018). Segundo Carvalho e Domingues (2016), a ocupação da Amazônia trouxe consigo problemas de ordem social, econômica e ambiental, uma vez que os modelos desenvolvimentistas aplicados à região não contemplam suas particularidades – recursos finitos, cultura, modos de vida e produção – o que acarreta em desequilíbrios na geração e distribuição de renda, impactos ambientais, dentre outros que assolam as comunidades locais.

Diante deste cenário, faz-se necessário reconhecer as iniciativas desenvolvidas pelas próprias comunidades como meio de sobrevivência. Tratam-se de trabalhos resultantes da união de esforços para amenizar os impactos negativos das lacunas que se apresentam no contexto das comunidades amazônicas [*que é próprio, característico da Amazônia*], como as mencionadas anteriormente, congregando atores empenhados em prover melhores condições de vida locais, com a geração de alternativas pautadas na geração de trabalho e renda a partir de uma lógica de produção e comércio que alinhe objetivos sociais, econômicos e de preservação ambiental.

Considerando a realidade da Amazônia Brasileira, as iniciativas desenvolvidas pelas comunidades são tidas como empresas sociais. Esse tipo de organização congrega objetivos sociais e econômicos em equilíbrio, sendo o social seu objetivo principal e o econômico um meio para contemplá-lo. As empresas sociais surgem das demandas presentes nas comunidades e consistem em uma alternativa para atendê-las de maneira sustentável (PERRINI; VURRO; CONSTANZO, 2010; COMINI, 2016). Os formatos das empresas sociais podem ser diversos, sendo necessário considerar a realidade do contexto em que se inserem. Na América do Sul e, especialmente no Brasil, as empresas sociais, por falta de regulamentação, possuem formatos variados, como associações, cooperativas, organizações de microcrédito, pequenas empresas, fundações e outras (GODÓI-DE-SOUSA; VALADÃO JÚNIOR, 2013; MÉO, 2015).

Tratando especificamente das associações e cooperativas, esses modelos são pautados em objetivos sociais, desenvolvendo iniciativas que sejam condizentes com a atenção às demandas do contexto em que se inserem (GATICA, 2015; RWAMIGABO, 2017; YEASMIN; KEMPPAINEN-KOIVISTO, 2017). Para as comunidades da Amazônia Brasileira, essas organizações constituem-se em empresas sociais, criadas para atender as demandas das comunidades que vivem em situação de vulnerabilidade. Todavia, não se tem conhecimento suficiente para explicar tais organizações em sua totalidade, o que instiga a necessidade de estudos que possam capturar os fenômenos envolvendo as empresas sociais nas comunidades da Amazônia Brasileira, suas características e particularidades.

Diante disso, surge o questionamento norteador para o estudo que se desenvolve a seguir: como se configuram as empresas sociais no contexto de comunidades da Amazônia Brasileira?

Visando responder tal questionamento, o objetivo desse estudo consiste em caracterizar as empresas sociais existentes nas comunidades da Amazônia Brasileira, descrevendo seu formato organizacional e seu contexto de atuação. O alcance de tal objetivo, respondendo ao questionamento central, pode contribuir para compreensão com maiores detalhes acerca da dinâmica que envolve as empresas sociais nas comunidades da Amazônia brasileira, sua atuação e suas premissas que podem ser indutoras do desenvolvimento local de maneira sustentável.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Empresas sociais**

Nos últimos tempos, especialmente a partir dos anos 90, o surgimento de um novo formato organizacional tem ganhado destaque nas discussões, tanto acadêmicas quanto da sociedade em geral, pois trata-se de um fenômeno que combina iniciativas comerciais e missão social para amenizar os impactos negativos dos problemas que assolam a sociedade. Esse fenômeno trata-se das empresas sociais (GODÓI-DE-SOUSA; FISCHER, 2012; COMINI, 2016).

Essas organizações, denominadas empresas sociais, são resultantes da atuação de organizações sem fins lucrativos ou de projetos sociais voltados para melhorias das condições de vida em comunidades, que acabaram se fundindo em parcerias entre diversos atores de maneira a criar um cenário com condições para dirimir as lacunas sociais que os negócios tradicionais não deram conta (GODÓI-DE-SOUSA; FISCHER, 2012). Elas são oriundas de articulações de indivíduos e grupos da sociedade, tomando forma de associações e cooperativas criadas para incluir comunidades, atendendo suas necessidades com a utilização de seus recursos e suprindo as lacunas do sistema capitalista.

As empresas sociais têm foco na produção cooperativa, no mercado justo e no desenvolvimento local de maneira sustentável, gerando impacto positivo no ambiente social local. Tais organizações promovem inovações sociais ao passo que mudam para o melhor o contexto de vida das comunidades em que se inserem (PERRINI; VURRO; CONSTANZO, 2010; GODÓI-DE-SOUSA; VALADÃO JÚNIOR, 2013; RISPAL; SERVANTIE, 2017).

Analisando somente a partir da lógica de empresa social, encontram-se ainda definições diferenciadas internamente, especialmente na formação de uma empresa social. Esta, por consistir em um formato híbrido que comporta objetivos econômicos e sociais, pode ser constituída a partir de múltiplas lentes, especialmente por visão de um empreendedor tradicional que tenha um viés social e implemente isso em seu modelo de negócios, a partir de um indivíduo que mesmo não tendo tradição empresarial tem objetivo de advogar em prol de causas sociais, e também de comunidades que, coletivamente, buscam alternativas para atender as suas necessidades e demandas sociais – geração de trabalho, renda, educação, saúde, moradia, saneamento, meio ambiente, dentre outras (ANDERSON; DANA; DANA, 2006; SHARIR; LERNER, 2006; YITSHAKI; KROPP, 2015; COMINI, 2016).

Cabe ressaltar que o contexto institucional é um fator chave para o desencadeamento de organizações híbridas, principalmente se forem consideradas as incapacidades do Estado em atender satisfatoriamente a todas as demandas sociais, o que cria uma lacuna institucional (GADEFFORS; ANDERSON, 2017; HOCKERTS, 2017; URBAN; KUJINGA, 2017).

Assim, as empresas sociais são mecanismos criados por indivíduos ou grupos – comunidades – para suprir as carências oriundas das lacunas institucionais, tendo o sistema de

valores sociais partilhados como gatilho para o desenvolvimento de iniciativas (RAUFFLET; DO AMARAL, 2007; PERRINI; VURRO; CONSTANZO, 2010; COMINI, 2016; DUFAYS; HUYBRECHTS, 2016).

As organizações com finalidade social são moldadas nas perspectivas sociais, econômicas, ambientais e culturais dos indivíduos que as compõem. O aspecto social passou a ser trabalhado na lógica das empresas visando atender as demandas da sociedade, estando sujeito aos valores sociais no contexto em que se insere. O objetivo é criar valor e coesão social em locais desfavorecidos, como comunidades pobres e marginalizadas, atendendo as demandas relacionadas a problemas sociais (CHELL, 2007; PERRINI; VURRO; CONSTANZO, 2010; HOCKERTS, 2017; NICOLAS; RUBIO; FERNANDEZ-LAVIADA, 2018).

Diante do apresentado, tomando por base as definições de Sharir e Lerner (2006), Perrini, Vurro e Constanzo (2010), Godói-de-Sousa e Valadão Júnior (2013), Comini (2016) e Rispal e Servantie (2017), tem-se que a empresa social é uma organização legalmente formalizada, que desenvolve alguma atividade comercial – de produtos ou serviços – e que tenha sido criada diante de uma realidade socioeconômica e ambiental marcada por lacunas, com a finalidade de amenizar os impactos negativos dos problemas e prover melhores condições de vida no local em que se insere.

Assume-se tal posicionamento diante de abordagens que evidenciam o papel das empresas sociais nas mudanças positivas do contexto em que se inserem, provendo meios capazes de criar valor social ao passo que reduzem as lacunas presentes na sociedade, com solução para problemas coletivos e com possibilidades de alcançar modelos de produção e comércio sustentáveis.

## **2.2 Formato das empresas sociais**

O termo empresa social foi adotado no Reino Unido para definir e explicar as organizações cooperativas, presentes e fortes no continente europeu. Entende-se por empresa social uma organização que tenha uma missão social explícita e para a qual direciona seus esforços, sem uma rotulação específica para a distribuição de dividendos entre os membros – fica a critério da empresa. De maneira geral, empreendimentos voltados para aspectos sociais podem ser a aplicação de ideias de pessoas ou organizações que atuam em um mercado, não visando o lucro, mas sim a solução de problemas sociais nas comunidades (STEINER; TEASDALE, 2016; LAYLO, 2018).

Um condicionante para a definição da empresa social é o contexto em que ela se insere, sendo que na América Latina e, especialmente, no Brasil, os formatos giram em torno de cooperativas, organizações autogestionárias, organizações de microcrédito e redes de comércio justo. No caso do Brasil, segundo Méo (2015), chancelado pelo Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), não se tem regulação que trate especificamente das empresas sociais, o que acarreta em uma multiplicidade de formatos que se definem como tal, sendo associações, fundações, cooperativas, empreendedores individuais e empresas de pequeno porte. Todas essas definições são passíveis de aplicação para organizações que sejam capazes de induzir ou acelerar o processo de desenvolvimento de comunidades, favorecendo a atenção às demandas locais, especialmente nos fatores sociais de melhoria na qualidade de vida, fatores econômicos em relação à geração de renda e também questões ambientais (GODÓI-DE-SOUSA; VALADÃO JÚNIOR, 2013; RWAMIGABO, 2017).

Considerando que as empresas sociais objetivam pela mudança socioeconômica do contexto em que se inserem, observa-se que estas podem se constituir a partir de diferentes formatos, sendo empresas, associações, cooperativas e outros que se pautam em modelos autogeridos por atores que desenvolvem iniciativas voltadas para melhorias nas condições de

vida da sua comunidade, empoderando-se e se apropriando da sua identidade local (GATICA, 2015; RWAMIGABO, 2017; YEASMIN; KEMPPAINEN-KOIVISTO, 2017).

As cooperativas compõe o quadro de organizações que são definidas como empresas sociais. Estas organizações utilizam de mecanismos empreendedores para transformar as estruturas sociais. Tais organizações são oriundas da lógica de bem-estar social. A partir do momento em que o Estado não é mais capaz de prover atenção às questões sociais, surgem lacunas que geram problemas. Estes são, então, dirimidos pelos atores que são afetados, a partir de iniciativas coletivas e organizadas em torno de mecanismos capazes de modificar a realidade local e suprir as lacunas sociais existentes. Nessa lógica se inserem as cooperativas, associações e outras organizações sem fins lucrativos, que são orientadas por objetivos e metas sociais que beneficiam toda a comunidade (THOMAS, 2004; AUDEBRAND, 2017; TESTI; BELLUCCI; FRANCHI; BIGGERI, 2017; ARIS; MARZUKI; OTHMAN; RAHMAN; ISMAIL, 2018).

É necessário salientar que as empresas sociais, independente do formato, são orientadas por objetivos que possam gerar valor social para o contexto em que estão inseridas, a partir do momento em que as demandas sociais da comunidade são mitigadas. Assim sendo, as cooperativas são formatos de empresas sociais, pois orientam-se pela atenção às demandas socioeconômicas e sociais pelas quais foram criadas, gerando, então, valor social para seus idealizadores – no caso, a comunidade (AUDEBRAND, 2017).

Na Itália, por exemplo, as cooperativas representam o modelo mais alinhado de empresa social. Elas prestam serviços sociais (saúde, educação) e integram trabalho e outros benefícios para populações desfavorecidas, como populações rurais. Essas cooperativas são tidas como empresas sociais porque seus objetivos buscam gerar bem-estar para a sociedade, integrando alternativas produtivas e comerciais para o desenvolvimento econômico e social (BONTIS; CIAMBOTTI; PALAZZI; SGRO, 2018).

Consideram-se empresas sociais aquelas organizações que são capazes de gerar impacto social positivo na sociedade, tendo uma missão social perceptível. Neste sentido tem-se as cooperativas e outras organizações sem fins lucrativos que se encaixam nessa lógica. Para se ter clareza acerca da empresa social é necessário observar o contexto social em que ela emergiu (DEFOURNY; PESTOFF, 2014; FERGUSON, 2018). É necessário que a organização tenha sido criada com uma missão social declarada e empenhar recursos para alcançá-la, como forma de mitigar os problemas sociais presentes no contexto em que emergiu. Logo, uma cooperativa que se propõe a isso é uma empresa social. Assim, considera-se que uma cooperativa pode surgir em um contexto de problemas sociais, tendo como missão criar mecanismos – trabalho, produção e venda – para mudar tal realidade (DION, 2012; DEFOURNY, 2014).

As empresas sociais têm tipologias que variam de acordo com seu contexto e com os resultados que alcançam, podendo ser cooperativas, associações e organizações diversas do setor sem fins lucrativos. Essas organizações são formadas por indivíduos e grupos que partilham da mesma realidade, com objetivos e interesses convergentes, que se integram em uma cadeia de valor e geram valor social.

As cooperativas e associações, em especial, são formatos de empresas orientadas por uma missão social, ou seja, surgem para atender as demandas sociais dos atores que se associam a elas. Assim, são empresas sociais que buscam criar melhores condições de vida para os seus, não objetivando pela maximização do capital financeiro, mas sim pela geração de valor social – alcance de metas sociais e de soluções para as lacunas oriundas de exclusão social, como pobreza, desemprego e outros.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para atender ao objetivo proposto foi realizada pesquisa de cunho qualitativo, de maneira que os achados permitissem a caracterização das empresas sociais existentes no âmbito das comunidades da Amazônia Brasileira, uma vez que esse tipo de pesquisa permite capturar os fenômenos e analisá-los com profundidade, de maneira que seja possível compreendê-los (CRESWELL, 2010)

A pesquisa possui também caráter descritivo, uma vez que compreendido os fenômenos envolvendo as empresas sociais, os mesmos seguem descritos de maneira que se possa conhecer sua dinâmica o mais próximo possível da realidade que envolve as comunidades estudadas (MERRIAM, 2009). Nesse sentido, o método utilizado foi o de estudo de caso (YIN, 2015), uma vez que este permite classificar cada organização estudada no contexto da Amazônia Brasileira como um caso específico, com suas particularidades e similaridades que coadunam ou destoam com a ideia proposta pelo estudo.

Para favorecer o entendimento do tema proposto para a investigação, foram realizadas pesquisas *in loco* a partir de visitas – com finalidades específicas para pesquisas diversas – a algumas comunidades da Amazônia Brasileira, com a finalidade de conhecer suas atividades, suas formas de organização e suas atuações no contexto em que estão inseridas. Assim, a pesquisa de campo, com as observações, proporcionou conhecimento acerca da dinâmica que envolve as comunidades estudadas, permitindo caracterizar as formas de organização presentes, nesse estudo denominadas de empresas sociais, suas características e os resultados de sua atuação (FLICK, 2009; CRESWELL, 2010).

Nesse sentido, foram realizadas entrevistas (FLICK, 2009) com representantes das comunidades, também com pesquisadores que desenvolvem estudos no contexto das comunidades da Amazônia Brasileira e entrevistas com organizações que desenvolvem iniciativas de apoio para a estruturação dessas comunidades. As comunidades estudadas, seu formato organizacional, ano em que foi realizada a visita, instrumentos de coleta e sujeitos, seguem descritos abaixo.

QUADRO 1: DADOS METODOLÓGICOS

<b>Empresas sociais em comunidades da Amazônia Brasileira</b>			
<b>Organização</b>	<b>Formato/ Localização</b>	<b>Ano</b>	<b>Fonte</b>
ESMT1	Cooperativa/ Mato Grosso	2016 2017 2018	- Entrevistas e conversas informais com a presidente - Entrevistas e conversas informais com um articulador de projetos - Conversa informal com um técnico ambiental (visita guiada à reserva coletiva da comunidade) - Entrevista e conversa informal com um extrativista (visita guiada à reserva coletiva da comunidade) - Observações
ESMT2	Associação/ Mato Grosso	2016 2017 2018	- Entrevista com a presidente - Observações da produção coletiva
ESMT3	Associação/ Mato Grosso	2019	- Entrevista e conversa informal com o representante da comunidade
ESMT4	Associação/ Mato Grosso	2016	- Entrevista e conversa informal com presidente - Observação
ESAC1	Cooperativa/ Acre	2015	- Entrevista e conversa informal com a presidente
ESAC2	Associação/A cre	2015	- Entrevista e conversa informal com o presidente - Entrevistas e conversas informais com sete extrativistas - Observações
ESAC3	Associação/A cre	2015	- Entrevista e conversa informal com presidente - Entrevista e conversa informal com um parceiro apoiador - Entrevistas e conversas informais com nove extrativistas - Observações
<b>Pesquisadores em comunidades da Amazônia Brasileira</b>			

<b>Código</b>	<b>Qualificação</b>	<b>Ano</b>	<b>Fonte</b>
PSQ1	Doutora/ Pesquisadora	2019	Entrevista com roteiro pontual sobre características das comunidades
PSQ2	Doutor/ Pesquisador	2019	Entrevista com roteiro pontual sobre características das comunidades
<b>Organizações de apoio às comunidades da Amazônia Brasileira</b>			
<b>Código</b>	<b>Organização</b>	<b>Ano</b>	<b>Fonte</b>
OAP1	Projeto de apoio financiado	2019	Entrevista com técnicos de apoio às comunidades
OAP2	Organização privada de interesse público	2018	Entrevista (informal) com o departamento de comunicação

Fonte: elaborado pelos autores.

Para facilitar a descrição dos dados, as organizações e os sujeitos pesquisados foram codificados, de maneira que seus nomes não fossem expostos ainda, pois os estudos desenvolvidos são recortes de pesquisas para tese de doutorado – em andamento.

O trabalho que se apresenta foi norteado por duas categorias definidas (KERLINGER, 1979), de maneira que os dados pudessem ser enquadrados em um contexto para serem analisados e compreendidos na lógica do objetivo proposto. Seguem as categorias:

QUADRO 2: CATEGORIAS DE ANÁLISE

<b>Categoria</b>	<b>Definição</b>	<b>Operacionalização</b>
Empresa social	Mecanismos criados por comunidades para suprir as carências oriundas das lacunas institucionais, tendo foco no desenvolvimento de iniciativas voltadas para o contexto social (RAUFFLET; DO AMARAL, 2007; PERRINI; VURRO; CONSTANZO, 2010; COMINI, 2016; DUFAYS; HUYBRECHTS, 2016).	Organização legalmente formalizada, que desenvolve alguma atividade comercial – de produtos ou serviços – e que tenha sido criada diante de uma realidade socioeconômica e ambiental marcada por lacunas, com a finalidade de amenizar os impactos negativos dos problemas e prover melhores condições de vida no local em que se insere.
Formato da empresa social	Empresas sociais de diferentes formatos, sendo empresas, associações, cooperativas e outros que se pautam em modelos autogeridos por atores que desenvolvem iniciativas voltadas para melhorias nas condições de vida da sua comunidade, empoderando-se e se apropriando da sua identidade local (GATICA, 2015; RWAMIGABO, 2017; YEASMIN; KEMPPAINEN-KOIVISTO, 2017).	Organizações formadas por indivíduos e grupos que partilham da mesma realidade, com objetivos e interesses convergentes, que se integram em uma cadeia de valor e geram valor social. Organizações que são orientadas por uma missão social, ou seja, surgem para atender as demandas sociais dos atores que se associam a elas.

Fonte: elaborado pelos autores.

Seguindo as orientações de Mozzato e Grzybovski (2011), os dados coletados, primeiramente, foram organizados de acordo com o que exprimiam em suas linhas gerais para serem, então, relacionados com as categorias a que correspondiam. Em seguida, os dados foram separados em quadros do *Office Word* de acordo com o que apresentavam em relação às empresas sociais nas comunidades da Amazônia Brasileira. Por fim, os dados foram acoplados, construindo textos descritivos que pudessem evidenciar o contexto que envolve as empresas sociais estudadas, sua caracterização em termos de formato e atuação com foco nos aspectos econômicos, sociais e ambientais das comunidades da Amazônia Brasileira.

Os achados da pesquisa seguem apresentados em forma de textos descritivos, discutidos com as abordagens básicas constantes no referencial teórico.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Esta parte trata-se da apresentação de dados para contextualizar as comunidades da Amazônia Brasileira. Os dados apresentados são decorrentes de pesquisas realizadas em campo, no âmbito de comunidades, bem como oriundos de entrevistas com pesquisadores e organizações de apoio, no período correspondente aos anos de 2015 a 2019.

Assume-se o pressuposto de que as organizações criadas pelas comunidades estudadas – cooperativas e associações - tratam-se de empresas sociais ((THOMAS, 2004; AUDEBRAND, 2017; TESTI; BELLUCCI; FRANCHI; BIGGERI, 2017; ARIS; MARZUKI; OTHMAN; RAHMAN; ISMAIL, 2018), uma vez que seus objetivos são voltados para atenção às demandas locais, contemplando os contextos econômico, social e ambiental. Desse modo, apresentam-se casos de comunidades localizadas na Amazônia Brasileira que podem favorecer o entendimento dos fenômenos relacionados às empresas sociais, seu formato, sua atuação e seus resultados.

### **4. 1 Empresa Social Mato Grosso I (ESMT1)**

A empresa social em questão localiza-se no Estado de Mato Grosso e consiste em uma cooperativa de agricultores que trabalham com extrativismo e processamento de produtos de origem florestal.

Por seu histórico, nos relatos da presidente e do articulador de projetos – que acompanha a organização desde o início – tem-se que esta foi fundada com propósito social, objetivando por atender as necessidades locais. Sua fundação aconteceu em 2008 com o propósito de organizar os produtores para ter acesso ao mercado de seus produtos, uma vez que, por falta de representatividade e de opções, estes vendiam sua produção para atravessadores que pagavam preços insignificantes.

Dada esta realidade, presente no contexto desde a década de 1970, a comunidade de cerca de 250 famílias era marcada pela exclusão social, pouca opção de trabalho e renda, pobreza, êxodo rural e problemas ambientais. Para que pudessem ter alternativas, a comunidade praticava roça e queima, derrubando a floresta para formação de pastagens. Todavia, por não ter o título de posse das propriedades, as famílias não podiam acessar linhas de financiamento e crédito, o que dificultava ainda mais. Nessas circunstâncias, segundo relato dos entrevistados, principalmente os jovens saíam da comunidade para trabalhar na cidade e acabavam não regressando, por falta de opções. Assim, muitas famílias deixaram a comunidade, vendendo ou abandonando suas propriedades.

Em determinado momento, segundo o articulador de projetos, a comunidade percebeu, por si só, que não era possível continuar na situação em que estavam. Foi então que seus membros se reuniram para discutir alternativas. Nesse momento, a comunidade percebeu que dispunha de recursos passíveis de serem utilizados como potencial para produção e comércio. Já de início, a ESMT1 então criada começou a absorver a produção da comunidade, conseguindo acesso ao mercado com melhores preços que, automaticamente, representava maiores ganhos aos cooperados. A presidente da ESMT1, em seu relato, afirma que a organização da comunidade foi fator preponderante para que as iniciativas pudessem ser fortalecidas e cada vez maiores, resultando no alcance de quatro dos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio já em 2012 – recebendo condecoração da ONU por tal feito.

Desde então a ESMT1 organiza a produção da comunidade que dispõe de uma reserva florestal coletiva, onde todos podem trabalhar coletando frutos, bem como dispõe de indústria com implementos tecnológicos para processamento da produção. Com o valor agregado aos produtos, a organização comercializa a melhores preços, que significam melhores retornos para a comunidade. Outro fator importante, segundo os entrevistados, são as parcerias



desenvolvidas ao longo do tempo, com clientes, fornecedores – produtores locais e comunidades indígenas da região – entidades públicas e financiadores. Nessa dinâmica, segundo relatos do técnico florestal e do extrativista entrevistado, a ESMT1 tem sua produção certificada – atende critérios ambientais, econômicos e sociais – o que favorece o reconhecimento de seus produtos no mercado.

Diante disso, considerando as abordagens de Thomas (2004), Audebrand (2017), Testi, Bellucci, Franchi e Biggeri (2017) e, Aris, Marzuki, Othman, Rahman e Ismail (2018) pode-se inferir que a ESMT1 é uma empresa social que desenvolve iniciativas com objetivo de atender as demandas da comunidade que a compõe, especialmente pelas atividades produtivas e de mercado que geram trabalho, renda, capacitações e outros fatores que impactam positivamente nas condições de vida locais, alinhado à preservação ambiental. Tem-se, então, que a organização foi criada com propósito social e tem caminhado para atender aos seus objetivos, modificando a realidade socioeconômica e ambiental da comunidade, conduzindo esta para o desenvolvimento sustentável.

#### **4.2 Empresa Social Mato Grosso II (ESMT2)**

Esta empresa social trata-se de uma associação de mulheres que desenvolvem atividades produtivas em um assentamento de reforma agrária do Estado de Mato Grosso, com indústria de fabricação de biscoitos, macarrão, paçoca, pães e bolos.

A ESMT2 foi fundada no ano de 2009 com o objetivo de criar oportunidades para geração de trabalho e renda para mulheres da comunidade. Esse fato se deu, segundo a presidente da associação, pelo motivo de a atividade principal da comunidade ser a produção rural – extrativismo, agricultura e pecuária. O extrativismo de frutos nativos da região é uma atividade braçal pesada, que demanda muito esforço e que é desenvolvido basicamente por homens. A presença das mulheres nessas atividades são baixas na comunidade, o que demandou por iniciativas que pudessem incluí-las nos trabalhos e nos ganhos para manutenção das famílias.

Com a fundação da ESMT2, as mulheres passam a ser empoderadas, trabalhando e tendo acesso a renda. A organização, por conta da planta industrial de que dispõe para produção, demanda também qualificação, outro fator de empoderamento das mulheres que tem acesso a capacitação produtiva e de gestão do negócio.

Segundo a presidente, a ESMT2 é uma forma organizacional de representatividade das mulheres, que buscam sua independência e autonomia para serem protagonistas da transformação de suas comunidades. Com a união do grupo e as parcerias, é possível produzir e atender às demandas do mercado – comércio local, feiras estaduais e nacionais e mercado institucional.

Durante a visita à organização pode-se perceber que o papel da ESMT2 vai além da organização da produção, mas que é, principalmente, um espaço de convivência e relações sociais. Percebeu-se que as mulheres interagem de maneira amistosa, conversam entre si, dão risadas e tornam o ambiente alegre e descontraído. Segundo a presidente, os momentos de produção são também momentos de ajuda mútua, caso alguma das integrantes tenha algum problema de ordem pessoal ou emocional.

Quanto a produtividade, a ESMT2 conseguiu ampliar sua planta industrial, com novas máquinas e novas tecnologias para produtos diferenciados. Isso se deu, segundo a presidente, graças a parceria com uma cooperativa local que foi beneficiada com recursos financeiros de um projeto internacional. Assim, pode-se produzir mais e atender o mercado em escalas maiores, o que representa maiores ganhos para a associação e maiores sobras para as mulheres associadas.

Diante disso, tem-se que a ESMT2 foi criada com intuito social de empoderar mulheres produtoras a partir da geração de trabalho e renda, considerando as especificidades locais sendo, portanto, uma empresa social (RAUFFLET; DO AMARAL, 2007; PERRINI; VURRO; CONSTANZO, 2010; COMINI, 2016; DUFAYS; HUYBRECHTS, 2016). Assim, a comunidade teve sua realidade modificada, de maneira que as mulheres passaram a ter sua representatividade reconhecida, apropriando-se de sua força de trabalho para melhorar as condições de vida de sua família e do contexto em que estão inseridas.

### **4.3 Empresa Social Mato Grosso III (ESMT3)**

A empresa social consiste em uma associação de moradores de uma comunidade tradicional do Estado de Mato Grosso. A ESMT3 foi criada no ano de 2012 com o objetivo de representar a comunidade politicamente em questões de interesse coletivo.

A comunidade local é formada por pessoas que vivem há anos na região, sendo descendentes dos primeiros habitantes e de expedicionários que por ali estiveram no passado. As atividades principais são agricultura e pesca de subsistência, extrativismo de frutos nativos e látex e, também, produção de farinha de mandioca. Os frutos e o látex são comercializados para parceiros fixos, com preços acordados mediante demanda pelos produtos. A farinha de mandioca é comercializada no mercado local e também institucional.

Pelos relatos de seu representante entrevistado, a comunidade precisou se unir para garantir sua sobrevivência no local. A área em que estão inseridos não possuía demarcação e estava sendo invadida por terceiros para exploração dos recursos abundantes na região, especialmente madeiras de alto valor comercial. Além de reduzir o espaço físico que e os recursos da localidade, o impacto ambiental também estava ameaçando, como a poluição do rio e extinção de espécies de peixes, plantas e animais. Segundo relato do entrevistado, a comunidade tomou iniciativa de se unir e desenvolver o plano de uso do local, com regras e normas para garantir sua permanência e sua cultura. A partir daí buscou-se parcerias com agentes governamentais e do terceiro setor para providências. Foi então instituída a área da comunidade, com espaço bem inferior ao necessário para manutenção das práticas produtivas e para subsistência.

Diante do cenário, a comunidade passou a buscar iniciativas para ações coletivas, que pudessem auxiliar na atenção às suas demandas. Foi então fundada a associação dos moradores (ESMT3), com o objetivo de lhes assegurar representação social e política na luta por seus direitos. Segundo o entrevistado, algumas das demandas da comunidade seriam atendidas somente mediante organização dos moradores com representação institucional.

Todavia, o papel da ESMT3 vai além. Através dela a comunidade consegue comercializar seus produtos de maneira coletiva, com formação de estoques para venda no período de entressafra, com melhores preços e, conseqüentemente, melhores ganhos para atenção às necessidades das famílias associadas. Com a organização, a comunidade também desenvolve parcerias e recebe auxílio de projetos externos, com apoio técnico para estruturação das cadeias produtivas, capacitação e gestão do negócio.

Ponto importante de ser ressaltado é que a organização proporcionou o resgate cultural, uma vez que as atividades tradicionais ganharam mercado, tiveram valor agregado e voltaram a ser desenvolvidas com maior afinco. A comunidade se apropriou de sua cultura e de seus recursos, reafirmando sua identidade e agregando valor aos seus produtos. O entrevistado relata que a associação devolveu à comunidade o sendo de vida em coletividade, onde os moradores tornam-se responsáveis uns pelos outros, planejando ações conjuntas e que impactam de maneira geral os que se inserem naquele contexto.

Dessa forma, entende-se que a ESMT3 é uma empresa social por ser um instrumento de empoderamento dos atores, de maneira que os mesmos se apropriam do contexto em que

estão inseridos, reconhecendo sua identidade e agindo de maneira coletiva, com fortes vínculos culturais e resgate de suas memórias e de sua identidade (ANDERSON; DANA; DANA, 2006; SHARIR; LERNER, 2006; YITSHAKI; KROPP, 2015; COMONI, 2016). Com ações coletivas, a comunidade tem seus anseios sociais atendidos juntamente com suas demandas econômicas, produzindo e comercializando não para obter lucros exorbitantes, mas sim para evidenciar que é possível modificar as estruturas socioeconômicas do contexto em que se inserem (GATICA, 2015; RWAMIGABO, 2017; YEASMIN; KEMPPAINEN-KOIVISTO, 2017), de maneira equilibrada respeitando a cultura e a natureza, contemplando o caminho que se espera rumo a um modelo de desenvolvimento em escala e com características locais.

#### **4.4 Empresas Sociais Acre I e II (ESAC1/ESAC2)**

Esta empresa social consiste em uma cooperativa localizada em um assentamento de reforma agrária no estado do Acre. A organização atende cerca de 500 famílias assentadas e que desenvolvem atividades produtivas voltadas para agricultura familiar e extrativismo.

A ESAC1 foi fundada na década de 1990 com o intuito de conseguir melhores incentivos para a produção e comércio da comunidade. A própria comunidade se organizou e fundou a organização, dado o contexto em que estavam inseridos.

O assentamento está situado em uma região pobre do Estado, com poucas alternativas para a população. Não bastante, local é conhecido pela baixa organização social, o que dá margem para manifestações oportunistas de atores locais que exercem assédio sobre a população para comprar sua produção a preços bem abaixo dos praticados nos mercados, especialmente para os produtos extrativistas.

Segundo sua presidente, anterior à fundação da ESAC1 não existia organização social na comunidade. Cada um produzia e comercializava da sua maneira, com baixo valor agregado, e preços incompatíveis, o que colocava a comunidade em situação de vulnerabilidade socioeconômica e também ambiental, uma vez que não havendo oportunidades condizentes com os recursos naturais locais, os mesmos seriam explorados de maneira aleatória e desordenada – a exemplo disso tem-se a derrubada da floresta nativa para formação de roçados e pastagens, afetando a fauna e a flora.

A ESAC1 trouxe uma nova lógica de produção e venda para a comunidade. Segundo a presidente, a organização orienta e capacita os produtores quanto ao manejo dos recursos, especialmente nos produtos extrativos. A ESAC1 absorve toda a produção e repassa para uma cooperativa central que comercializa. A cooperativa central dispõe de técnicos e parcerias para capacitar a ESAC1 e certificar seu produto – certificação orgânica – de maneira que se agregue valor ao mesmo para conseguir melhores preços no mercado. A presidente diz que o valor exercitado no mercado é o mesmo que retorna para o extrativista, sem perdas.

Nessa dinâmica, a ESAC1 busca ouvir a todos os seus cooperados. A presidente passa nas propriedades coletando informações e demandas. A partir daí são mobilizadas ações que possam atender a todos, se não, a maioria. Com a atuação da ESAC1, os produtores passaram também a ter sua renda garantida, uma vez que são cumpridos os acordos estabelecidos em termos de quantidades e valores. Antigamente a venda era feita para atravessadores que, segundo a presidente da organização, pagavam antecipado, mas pagavam o preço que queriam e era bem abaixo do valor de mercado. Os extrativistas ainda sofrem assédio dos atravessadores, mas com a organização em funcionamento e atendendo suas demandas, os mesmos permanecem fiéis a ela, participando das ações e atividades para melhoria nas condições de vida da coletividade.

Essa mesma lógica é percebida em uma outra empresa social do Estado do Acre (ESAC2) sendo uma associação de extrativistas em que, segundo relatos do seu presidente e

de sete extrativistas associados, a organização modificou as estruturas sociais locais. A ESAC2 é antiga, desde a década de 1990, mas não funcionava ativamente porque os extrativistas da comunidade não tinham o espírito de coletividade. A partir do momento que foi percebida a necessidade eminente de buscar melhores condições de vida, a comunidade se organizou e se articulou, tendo seu apoio na associação. Produzindo com qualidade e de maneira coletiva, a ESAC2 repassa sua produção para a cooperativa central que certifica a mesma a partir de um aparato técnico. O produto é vendido a melhores preços, que retornam integralmente ao extrativista, gerando trabalho e renda. Assim, a ESAC 2 desempenha papel de organização e representatividade dos extrativistas, empoderando-os para que se apropriem dos recursos disponíveis e utilizem dos mesmos para alavancar iniciativas coletivas voltadas para o desenvolvimento local.

Assim, têm-se que as organizações modificaram a realidade local, criando alternativas para suas comunidades, organizando a produção, capacitando os produtores, estabelecendo parcerias fixas e fortes laços de cooperação com o objetivo de garantir a atenção das demandas locais. Com as novas formas de produzir e comercializar, os extrativistas se apropriaram dos recursos locais, garantindo a perenidade dos mesmos, além de garantir melhorias nas condições de vida com a geração de trabalho e renda (GATICA, 2015; RWAMIGABO, 2017; YEASMIN; KEMPPAINEN-KOIVISTO, 2017). Nesse sentido, a ESAC1 e a ESAC2 são empresas sociais que desempenham papéis preponderantes para as comunidades, pois incentivam a participação de todos nas decisões e demonstram que a coletividade pode induzir a ganhos mais amplos, em termos econômicos, sociais e ambientais, fazendo com que as comunidades prosperem na atenção de suas necessidades e projetem o seu futuro de maneira mais sustentável.

#### **4.5 Percepções de uma lógica contrária (ESMT4 e ESAC3)**

Diante do exposto nesse estudo, cabe abordagem acerca da lógica contrária ao que se descreve das organizações anteriores, de maneira que se é possível refletir sobre os impactos negativos decorrentes da não existência de uma forma de organização que represente as ações coletivas para melhorias nas condições de vida das comunidades.

Relatam-se dois casos de organizações, embasados por observações *in loco* e entrevistas com seus presidentes, membros e parceiros, sendo uma associação localizada no Estado de Mato Grosso (ESMT4) e uma associação localizada no Estado do Acre (ESAC3).

Ambas as organizações são associações, com personalidade jurídica, mas que, no momento da pesquisa (2015/2016) não tinham organização nem representação social perante seus membros. As duas organizações desenvolvem atividades voltadas para o extrativismo de frutos nativos da Amazônia, para comércio e renda dos extrativistas.

Na ESAC3, segundo relatos de seu presidente e de um parceiro, existe coletividade, pois os frutos são coletados e preparados para comércio de maneira conjunta, envolvendo os membros da comunidade. Todavia, no momento da comercialização impera a individualidade e cada um comercializa sua parte da maneira que lhe é possível, sendo na sua totalidade para atravessadores que compram antecipado e pagam preços muito abaixo do que é operado no mercado. Segundo os entrevistados, essa é uma lacuna que ainda não se conseguiu dirimir, especialmente por se tratar de uma comunidade pobre, com necessidades latentes, o que servia de isca para manifestações oportunistas dos atravessadores.

Quando foram entrevistados, os próprios extrativistas reforçaram tal realidade, alegando que eles tinham necessidades para manutenção de suas famílias e o atravessador era o único que pagava antecipado, não restando escolha, mesmo que o valor fosse menor aquém do mercado. O presidente da ESAC3 e o parceiro entrevistado afirmaram que a realidade é até compreensível dada a condição social da comunidade, mas que as consequências são maiores.

Devido à falta de organização social e utilização da ESAC3 como entidade de representação, a comunidade perde de estabelecer parcerias para produção com melhor qualidade, assistência técnica e mercado com melhores preços. Acaba que a comunidade fica, inclusive, à margem de políticas públicas que são desenvolvidas na região para fortalecimento das cadeias produtivas.

Na outra organização pesquisada, seu presidente foi entrevistado. Por seus relatos, a situação não é diferente da realidade descrita anteriormente com mais alguns agravantes.

A ESMT4 tem sua atividade voltada para o extrativismo, uma atividade desenvolvida no contexto rural. Todavia, os associados não são residentes em uma comunidade rural específica. São todos moradores da cidade que “colocaram o nome na lista” para fazer corpo e registrar uma associação, com o objetivo de conseguir incentivos para a produção e comércio local.

Outro fator considerável consiste na especificidade local. A região é formada por grandes latifúndios que produzem monoculturas. Os membros da ESMT4 coletam nessas áreas, pagando um valor para seus proprietários. Esse fato implica no manejo inadequado dos recursos, uma vez que para garantir sua produção, os extrativistas competem para chegar primeiro e pegar as áreas mais produtivas, coletando os frutos fora do tempo e perdendo em qualidade e segurança. Pela falta de organização, os extrativistas produzem e comercializam por conta própria, à margem de uma rodovia, com produtos de baixa qualidade e a preços não condizentes – maneira de garantir o mínimo de renda. Assim, também não conseguem se inserir em redes de parcerias para agregar valor aos seus produtos, buscar capacitação e formas de gestão para conseguir acesso a melhores mercados.

Em ambos os casos fica evidente que a baixa organização social e a fragmentação da coletividade podem ter impactos negativos na atenção às demandas socioeconômicas e ambientais do contexto. A simples existência de uma organização que represente os interesses das comunidades não é o suficiente para que a realidade local seja modificada, sendo necessário que sejam modificadas, primeiramente, as estruturas sociais, congregando esforços coletivos para que seja possível a atenção de demandas comuns a todos os atores envolvidos no processo. É necessário que as organizações dessas comunidades sejam vistas e atuem como empresas sociais (RAUFFLET; DO AMARAL, 2007; PERRINI; VURRO; CONSTANZO, 2010; COMINI, 2016; DUFAYS; HUYBRECHTS, 2016).

Assim, é necessário que a empresa social – de fato – criada seja pautada em relações de equilíbrio, alinhando uma missão social – organização e coordenação da comunidade – com objetivos financeiros, ambientais, políticos e culturais (GATICA, 2015; RWAMIGABO, 2017; YEASMIN; KEMPPAINEN-KOIVISTO, 2017). Com a atuação ativa de empresas sociais, as comunidades tendem a perceber os retornos de seus esforços investidos e tendem, também, a se inserir de maneira mais efetiva nas ações que contemplem a coletividade.

#### **4.6 Visão de pesquisadores e apoiadores de comunidades da Amazônia Brasileira**

Os dados aqui apresentados e discutidos são oriundos de entrevistas realizadas com atores que desenvolvem atividades voltadas para contexto de comunidades da Amazônia Brasileira. Tais atividades consistem em pesquisas (PSQ1 e PSQ2), ações técnicas e de suporte para estruturação das comunidades (OAP1 e OAP2).

Para caracterizar as comunidades e suas formas de organização, primeiramente tem-se os relatos do PSQ1 e PSQ 2, membros de um centro que desenvolve estudos na Amazônia Brasileira e que possuem conhecimento e experiência oriundos de atuação em pesquisas no âmbito de diversas comunidades.

O primeiro ponto abordado com os pesquisadores foi quanto ao formato das empresas sociais que são criadas pelas comunidades da Amazônia Brasileira. Ambos alegam que as

comunidades criam empresas em formato de associações e cooperativas, organizações adequadas a realidade local, ou seja, que tem capacidade de representação dos interesses e objetivos do contexto em que se inserem. Essa visão é corroborada pelas informações obtidas com organizações que atuam diretamente no apoio e estruturação de comunidades da Amazônia (OAP1 e OAP2). Tais empresas sociais servem como mecanismo para que as comunidades se apropriem de seus recursos disponíveis, sendo estes frutos nativos e também produtos agricultáveis. Os recursos locais são empenhados para promover melhorias nas condições de vida locais, a partir do comércio.

Anterior a criação das empresas sociais, as comunidades, segundo os pesquisadores, viviam em situação de vulnerabilidade socioeconômica, com pouca expectativa de desenvolvimento para o local, pois a baixa organização social e o pouco acesso a informações faziam com que as comunidades não vislumbrassem seu potencial, inclusive para negócios. Seus produtos tinham baixo valor agregado e o comércio era para atravessadores que pagavam baixos preços, impactando negativamente na renda para manutenção das famílias. Os entrevistados da OAP1 confirmam isso também na realidade das comunidades que acompanham há tempos, contextualizando que a situação era muito difícil, especialmente por serem lugares distantes e de difícil acesso para escoamento da produção. Isso tudo não motivava as comunidades a se organizarem para produzir, fragilizando, inclusive, sua cultura que estava se perdendo ao longo do tempo.

Todos os entrevistados concordam que a partir da criação das empresas sociais, as comunidades passaram a se apropriar dos recursos que lhes são disponíveis, empoderando-se econômica, social e ambientalmente do contexto em que estão inseridas. Além da melhoria na produção, que tem valor agregado pela qualidade e pela forma de organização com identidade local e que traz melhores retornos, as comunidades passaram a ter representação política, tendo voz e apoio para buscar atenção às suas demandas.

Os pesquisadores e as organizações de apoio entrevistados contextualizam que as comunidades ainda enfrentam dificuldades, como carência ou ausência de políticas públicas, assédio em pressões externas, dificuldades relacionadas à localização – vias e meios de transporte – e outras, mas isso não depõe contra elas, pois são comunidades empreendedoras que conseguem gerir seus negócios, atender suas necessidades e preservar seus recursos.

Segundo os entrevistados, a realidade atual das comunidades está sendo transformada através das iniciativas desenvolvidas por seus atores. As organizações criadas tem, primeiramente, a missão social (THOMAS, 2004; AUDEBRAND, 2017; TESTI; BELLUCCI; FRANCHI; BIGGERI, 2017; ARIS; MARZUKI; OTHMAN; RAHMAN; ISMAIL, 2018) de modificar as estruturas sociais e transformar a realidade local – que gera impactos sociais nas comunidades, como trabalho, renda, alternativas para jovens, reconhecimento da identidade cultural e preservação ambiental – sendo, assim, empresas sociais (RAUFFLET; DO AMARAL, 2007; PERRINI; VURRO; CONSTANZO, 2010; COMINI, 2016; DUFAYS; HUYBRECHTS, 2016) que elevam as comunidades a um patamar de busca pela sua sustentabilidade.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante do exposto, o objetivo principal proposto por este artigo, de caracterizar as empresas sociais existentes nas comunidades da Amazônia Brasileira, descrevendo seu formato organizacional e seu contexto de atuação, foi atendido, uma vez que os dados apresentados favoreceram o entendimento da dinâmica que envolve o objeto desse estudo.

Pôde-se perceber que as comunidades da Amazônia Brasileira, por ações endógenas, desenvolveram mecanismos possíveis para amenizar os impactos negativos de seus problemas de ordem social, econômica e ambiental. Esses mecanismos, organizações criadas para

coordenar a mudança nas estruturas locais, são as empresas sociais, onde a comunidade é empreendedora e ao mesmo tempo beneficiária do empreendimento.

Quanto ao formato organizacional, têm-se que as empresas sociais criadas pelas comunidades da Amazônia Brasileira, falando pelo contexto estudado, consistem em cooperativas e associações. Essas empresas sociais são os meios adequados para as comunidades, uma vez que, dependendo da situação, podem ser sua única alternativa para se organizar e coordenar esforços direcionados para a mudança social do seu contexto. Assim, as empresas sociais nas comunidades da Amazônia Brasileira são organizações que carregam consigo as características e particularidades do seu local.

Percebe-se também que anterior a criação das empresas sociais, a realidade das comunidades era fragmentada, marcada por lacunas que assolavam o local, constituindo um cenário de poucas possibilidades. Todavia, a partir do momento que as comunidades perceberam tais lacunas, se mobilizaram e somaram esforços para agir sobre elas, sua realidade foi transformada, iniciando-se pelo aspecto social. Com a criação das empresas sociais, as comunidades se apropriaram de seus recursos – naturais e sociais – e passaram a empenhá-los em iniciativas voltadas para a geração de trabalho e renda, através da comercialização, alinhados com a preservação ambiental, de maneira que pudesse prover melhores condições de vida no local.

Indo além do objetivo proposto, a pesquisa evidenciou, com dois casos relatados, que, quando não se tem uma empresa social ativa em suas finalidades, a comunidade não se sente incentivada a unir-se para buscar melhores condições de vida para a coletividade.

Assim, pode-se compreender que com a criação das empresas sociais, as estruturas das comunidades foram modificadas positivamente, empoderando-as para que pudessem ser atores de sua própria história. As empresas sociais alteraram a dinâmica das suas comunidades, fortalecendo sua identidade e sua cultura no contexto da Amazônia Brasileira, encaminhando-se para uma lógica em que é possível se perceber características de desenvolvimento local de forma sustentável.

O presente estudo tem limitações que residem na interpretação das empresas sociais no contexto brasileiro. As literaturas se concentram nas discussões acerca da tensão paradoxal entre a missão social e os objetivos financeiros das organizações tidas como sociais, o que acaba por negligenciar discussões em espectros maiores, como as que abordam os formatos possíveis para observar essas empresas de acordo com o contexto endógeno das comunidades, dos territórios, do Brasil e das economias emergentes.

Diante disso, sugerem-se estudos futuros que possam explicar a dinâmica das empresas sociais a partir das características locais, considerando a identidade da comunidade e os aspectos culturais, bem como sua influência nas iniciativas que possam conduzir a Amazônia Brasileira pelo caminho da sustentabilidade.

## 6 REFERÊNCIAS

ANDERSON, R.B; DANA, L.P; DANA, T.E. *Indigenous land rights, entrepreneurship, and economic development in Canada: "Opting-in" to the global economy.* **Journal of World Business** 41 (2006) 45–55.

ARIS, Nooraslinda Abdul; MARZUKI, Marziana Mada; OTHMAN, Rohana; RAHMAN, Safawi Abdul; ISMAIL, Norashikin Hj. *Designing indicators for cooperative sustainability: the Malaysian perspective.* **Social Responsibility Journal**, Vol. 14 Issue: 1, 2018.

AUDEBRAND, Luc K. *Expanding the scope of paradox scholarship on social enterprise: the case for (re)introducing worker cooperatives.* **M@n@gement** 2017, vol. 20(4): 368-393.

- BONTIS, Nick; CIAMBOTTI, Massimo; PALAZZI, Federica; SGRO, Francesca. *Intellectual capital and financial performance in social cooperative enterprises*. **Journal of Intellectual Capital**, Vol. 19 Issue: 4, pp.712-731, 2018.
- CARVALHO, Terciane Sabadini; DOMINGUES, Edson Paulo. Projeção de um cenário econômico e de desmatamento para a Amazônia Legal brasileira entre 2006 e 2030. **Nova Economia**, v.26 n.2 p.585-621 2016.
- CHELL, E. *Social enterprise and entrepreneurship - Towards a convergent theory of the entrepreneurial process*. **International Small Business Journal** 25(1), 2007.
- COMINI, G.M. **Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras**. Tese (Livre Docência), Universidade de São Paulo – São Paulo, 2016.
- CRESWEL, J. W. **Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Sage, 2010.
- DEFOURNY, Jacques; PESTOFF, Victor. *Towards a European Conceptualization of the Third Sector. Accountability and Social Accounting for Social and Non-Profit Organizations*, v. 17, 2014.
- DION, Michel. *The economic and non-economic dimensions of social enterprises' moral discourse: an issue of axiological and philosophical coherence*. **Int Entrep Manag J** (2014) 10:385–408.
- DUFAYS, F; HUYBRECHTS, B. *Where do hybrids come from? Entrepreneurial team heterogeneity as an avenue for the emergence of hybrid organizations*. **International Small Business Journal**, 2016, Vol. 34(6) 777 –796.
- FERGUSON, Gretchen. *The Social Economy in Bolivia: Indigeneity, Solidarity, and Alternatives to Capitalism*. **Voluntas** (2018) 29:1233–1243.
- FLICK, U. **Qualidade na Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GADDEFORS, J; ANDERSON, A.R. *Entrepreneurs and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs*. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, Vol. 23 Issue: 2, pp.267-278, 2017.
- GATICA, Sebastian. *Understanding the phenomenon of Chilean social enterprises under the lens of Kerlin's approach: Contributions and limitations*. **Social Enterprise Journal**, Vol. 11 Issue: 2, 2015.
- GODÓI-DE-SOUSA, Edileusa; FISCHER, Rosa Maria. *The succession process at social enterprises in Brazil*. **R.Adm.**, São Paulo, v.47, n.3, p.473-488, jul./ago/set. 2012.
- GODÓI-DE-SOUSA, Edileusa; VALADÃO JÚNIOR, Valdir Machado. *Social Enterprises in Brazil: Socially Produced Knowledge Versus Social Innovation*. **J. Technol. Manag. Innov.** 2013, Volume 8, Special Issue ALTEC.
- GOMES, Carlos Valério Aguiar. Ciclos econômicos do extrativismo na Amazônia na visão dos viajantes naturalistas. **Bol. Mus. Para. Emílio Goeldi. Cienc. Hum.**, Belém, v. 13, n. 1, p. 129-146, jan.-abr. 2018.
- HOCKERTS, K. *Determinants of Social Entrepreneurial Intentions*. **Entrepreneurship Theory and Practice**, January 2017.
- KERLINGER, Fred. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: EPV-EDUSP, 1979.



LIMA Deborah; POZZOBON, Jorge. Amazônia socioambiental. Sustentabilidade ecológica e diversidade social. **ESTUDOS AVANÇADOS** 19 (54), 2005.

MÉO, Leticia Caroline. **Empresas sociais: a importância de autorregulamentação para o desenvolvimento do setor**. Monografia de especialização - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2014. Prêmio ICE, 2015.

MERRIAM, S. B. **Qualitative research: a guide to design and implementation**. San Francisco: Jossey-Bass, 2009.

MOZZATO, Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI, Denize. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. **RAC**, Curitiba, v. 15, n. 4, pp. 731-747, Jul./Ago. 2011.

NICOLAS, C; RUBIO, A; FERNANDEZ-LAVIADA, A. *Cognitive Determinants of Social Entrepreneurship: Variations According to the Degree of Economic Development*. **Journal of Social Entrepreneurship**, 2018.

PEREIRA, Camila Maciel de Souza; ASSIS, William Santos de; SÁ, Tatiana Deane de Abreu. Extrativismo de Produtos Florestais Não Madeireiros na Amazônia: conjuntura, políticas públicas e experiências. **Amazônia: Ci. & Desenv.**, Belém, v. 13, n. 23, jul./dez. 2016.

PERRINI, F; VURRO, C; COSTANZO, L.A. *A process-based view of social entrepreneurship: From opportunity identification to scaling-up social change in the case of San Patrignano*. **Entrepreneurship & Regional Development**, 22:6, 515-534, 2010.

RISPAL, M.H; SERVANTIE, V. *Business models impacting social change in violent and poverty-stricken neighbourhoods: A case study in Colombia*. **International Small Business Journal**, 2017, Vol. 35(4) 427 –448.

RAUFFLET, E; DO AMARAL, C.G. *Bridging business and society: The Abrinq Foundation in Brazil*. **Journal of Business Ethics** (2007) 73:119–128.

RWAMIGABO, Eugene Remy. *Social enterprise in Rwanda: an overview*. **Social Enterprise Journal**, Vol. 13 Issue: 4, 2017.

SHARIR, M; LERNER, M. *Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs*. **Journal of World Business** 41 (2006) 6–20.

TESTI, Enrico; BELLUCCI, Marco; FRANCHI, Serena; BIGGERI, Mario. *Italian Social Enterprises at the Crossroads: Their Role in the Evolution of the Welfare State*. **Voluntas** (2017) 28:2403–2422.

THOMAS, Antonio. *The Rise of Social Cooperatives in Italy*. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, Vol. 15, No. 3, September 2004.

URBAN, B; KUJINGA, L. *The institutional environment and social entrepreneurship intentions*. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, Vol. 23 Issue: 4, pp.638-655.

YEASMIN, Nafisa; KEMPPAINEN-KOIVISTO, Riitta. *The Sociopolitical Determinants of Social Entrepreneurship Action: A Qualitative Analysis*. **South Asian Journal of Business and Management Cases** 6(1), 2017.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. [s.l.] Bookman, 2015.

YITSHAKI, R; KROPP, F. *Motivations and Opportunity Recognition of Social Entrepreneurs*. **Journal of Small Business Management**, April 2015.