

A CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO EM PROJETOS DE IMPACTO SOCIAL

Área temática: Administração

Forma de apresentação: Oral

Resultado do trabalho: Final

Nathan Pedroni de Oliveira¹⁹; Paola Schmitt Figueiró²⁰

RESUMO:

Diversas são as razões que fomentam a desigualdade social, o desemprego, a pobreza e a destruição do meio ambiente. O lucro a qualquer custo acaba fazendo com que muitas organizações contribuam significativamente para as mazelas da sociedade. Em contrapartida, existem aquelas que fomentam exatamente o oposto. A partir deste entendimento, a abordagem principal desta pesquisa é a Criação de Valor Compartilhado (CVC). Desta forma, tem-se como objetivo geral analisar como se dá a CVC a partir de projetos de impacto social desenvolvidos pela empresa. Para tanto, foi realizado um estudo de caso em um empreendimento social local localizado na cidade de Porto Alegre, e que desenvolve projetos de impacto social para outras organizações. Os dados foram provenientes de observação participante em dois cursos promovidos pela empresa, três entrevistas com gestores, e acesso a dados secundários. Os principais resultados demonstram a CVC presente nos projetos sociais desenvolvidos. Um exemplo claro é de um projeto que une jovens e idosos em uma competição de skate realizada em um asilo da cidade de Porto Alegre. O evento permite que os idosos avaliem as manobras dos jovens de uma maneira bastante leve e descontraída. O envolvimento entre diferentes gerações fomenta a criação de laços, aumento de doações ao asilo, oportunidade de trabalho voluntário, bem como o benefício de imagem às empresas apoiadoras. Este tipo de projeto permite que as organizações encontrem novos propósitos e impactem positivamente as comunidades onde estão inseridas, diminuindo assim aspectos como a exclusão social.

Palavras-Chaves: Criação de Valor Compartilhado. Projetos Sociais. Impacto Social.

Referências:

GOMES JUNIOR, A. A.; RODRIGUES, A. A.; CORREIA, S. É. N.; Oliveira, V. As estratégias de criação de valor compartilhado e os negócios de impacto: relações entre as estratégias e dimensões. In: Enanpad, 2018, Curitiba. Enanpad 2018, 2018.

PETRINI, Maira; SCHERER, Patrícia; BACK, Léa. Modelo de negócios com impacto social. RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 56, n. 2, p. 209-225, 2016.

PORTER, Michael E.; KRAMER, Mark R. Criação de valor compartilhado. Harvard Business Review, v. 89, n. 1/2, p. 62-77, 2011.

¹⁹ Acadêmico da Universidade Feevale - Feevale. nathan_pedroni@hotmail.com

²⁰ Professora Orientadora da Universidade Feevale - Feevale. paolafigueiro@feevale.br