AGTU – THE GLOBAL UNIVERSITY

ESTUDO DE CASO: O PAPEL DA LIDERANÇA ÉTICA NA SUSTENTABILIDADE DE NEGÓCIOS SOCIAIS

AUTOR: ANA CAROLINA DE LIMA PEREIRA

Resumo Este artigo tem como objetivo examinar o papel da liderança ética na sustentabilidade de negócios sociais, tomando como estudo de caso o Instituto Feira Preta. A investigação parte da compreensão de que a liderança baseada em valores éticos é fundamental para garantir a perenidade, o impacto social e a coerência dos negócios sociais. O texto apresenta uma descrição detalhada do Instituto, suas práticas de liderança, exemplos concretos de ações éticas, e propõe recomendações para o fortalecimento de iniciativas semelhantes. O estudo está embasado em autores clássicos e contemporâneos sobre liderança, empreendedorismo e inclusão social. A análise reforça a importância de integrar práticas de gestão sustentáveis e eticamente orientadas, especialmente em contextos de desigualdade estrutural, como o brasileiro, onde o fortalecimento da economia negra exige soluções inovadoras e inclusivas.

Palavras-chave: liderança ética; sustentabilidade; negócios sociais; equidade racial; Instituto Feira Preta.

1. Introdução

A sustentabilidade de negócios sociais está diretamente relacionada à capacidade de seus líderes em tomar decisões que vão além da lógica de mercado e priorizem o bem comum. A liderança ética atua como um vetor estratégico que orienta os resultados econômicos e também os impactos sociais e ambientais gerados por essas iniciativas. Em um país marcado por profundas desigualdades raciais, como o Brasil, negócios sociais liderados por pessoas negras enfrentam desafios específicos que exigem abordagens éticas e politicamente engajadas.

Este artigo analisa o Instituto Feira Preta como exemplo emblemático de liderança ética aplicada ao campo do empreendedorismo negro. A análise busca compreender como os valores éticos orientam as decisões estratégicas da organização, influenciam sua sustentabilidade e inspiram outros empreendedores sociais. A escolha por esse caso se justifica pelo papel pioneiro e transformador da iniciativa, reconhecida nacional e internacionalmente por sua atuação. Ao explorar esse modelo, o artigo contribui para o debate sobre práticas de liderança comprometidas com justiça social, diversidade e inclusão.

2. Instituto Feira Preta: missão, trajetória e impacto

Fundado por Adriana Barbosa no início dos anos 2000, o Instituto Feira Preta nasceu da necessidade de criar um espaço seguro e afirmativo para que empreendedores negros pudessem expor e comercializar seus produtos e serviços. A primeira edição da Feira Preta foi realizada em 2002 e, desde então, o projeto se expandiu, tornando-se uma plataforma multifacetada de fortalecimento da população negra, atuando em áreas como cultura, moda, educação, gastronomia, tecnologia e finanças.

A missão do Instituto é promover a inclusão econômica e o protagonismo da população negra por meio do empreendedorismo e da valorização cultural. Entre seus objetivos, destacam-se a formação empreendedora, o fomento de redes colaborativas e a influência política. Com eventos anuais, programas de aceleração, cursos de capacitação e conteúdos digitais, o Instituto Feira Preta amplia oportunidades e estimula a autonomia de milhares de pessoas negras em diversas regiões do país. Seu impacto também se dá pela capacidade de influenciar políticas públicas e inspirar novas lideranças sociais.

3. Liderança ética: valores, práticas e coerência

A liderança exercida por Adriana Barbosa é reconhecida por seu compromisso com princípios éticos como justiça social, equidade racial, transparência, empatia e responsabilidade coletiva. Esses valores se refletem nas ações cotidianas da organização e estão presentes desde a seleção de parceiros até a curadoria de eventos. A postura da liderança vai além da representatividade e se materializa em decisões estratégicas que preservam a missão original do Instituto.

De acordo com Chiavenato (2012), a liderança ética está intrinsecamente ligada à construção de uma cultura organizacional baseada em valores, que permeia desde a tomada de decisões até o relacionamento com a equipe e o público atendido. Dornelas (2012) complementa ao afirmar que o papel do líder em negócios sociais envolve inspirar, formar redes e atuar como agente de transformação. A gestão do Instituto Feira Preta incorpora essas dimensões, promovendo a escuta ativa, a valorização de saberes ancestrais e a promoção de uma economia antirracista. Essa prática ética amplia a legitimidade e o alcance social do projeto, contribuindo para sua longevidade.

4. Sustentabilidade: dimensões econômica, social e ambiental

A sustentabilidade econômica do Instituto Feira Preta é construída a partir de práticas éticas que favorecem parcerias alinhadas à missão institucional. Em vez de buscar financiamentos indiscriminadamente, a organização prioriza colaborações com entidades comprometidas com diversidade, inclusão e justiça racial. Essa postura fortalece a credibilidade e garante um posicionamento coerente no mercado, possibilitando a construção de uma rede sólida e confiável de aliados institucionais.

Socialmente, o impacto da liderança ética é visível na transformação de vidas e trajetórias. A atuação do Instituto contribui para o fortalecimento da autoestima, o resgate da identidade negra e a redução das desigualdades. Os dados sobre o aumento do número de empreendedores negros participantes de seus programas evidenciam a eficácia de sua abordagem. No campo ambiental, o Instituto adota práticas sustentáveis, promove o consumo consciente e prioriza fornecedores locais, integrando uma lógica de economia circular. Essa combinação de fatores assegura um modelo de negócio social que equilibra propósito, impacto e viabilidade.

5. Exemplos práticos de decisões éticas no Instituto

Entre os exemplos mais significativos de decisões éticas no Instituto Feira Preta está a recusa em firmar parcerias com empresas que apresentem histórico de racismo institucional ou práticas discriminatórias. Mesmo diante de propostas financeiramente atrativas, a organização opta por preservar sua coerência e reputação. Outro exemplo é a

preferência por profissionais e fornecedores negros, mesmo que isso represente maior esforço logístico ou custo operacional. Essas escolhas mostram o compromisso contínuo com a promoção da equidade racial e com a consolidação de um ecossistema inclusivo.

A metodologia de seleção de empreendedores para os eventos e programas formativos também reflete valores éticos. São priorizadas pessoas em situação de vulnerabilidade social, garantindo diversidade regional, de gênero e de orientação sexual. As ações de capacitação são desenvolvidas com base em metodologias acessíveis e inclusivas, que respeitam diferentes níveis de escolaridade e experiências de vida. O acompanhamento contínuo das trajetórias dos participantes permite ao Instituto adaptar suas ações e responder às necessidades emergentes do público atendido.

6. Críticas construtivas e recomendações

Apesar dos importantes avanços conquistados pelo Instituto Feira Preta, alguns aspectos podem ser aprimorados para fortalecer sua sustentabilidade e ampliar seu impacto. Um dos principais desafios está na estruturação de mecanismos sistemáticos de avaliação de impacto. Atualmente, embora existam relatos e evidências qualitativas dos resultados alcançados, a ausência de indicadores formais dificulta a mensuração objetiva do alcance das ações. A criação de instrumentos simples e acessíveis, como relatórios periódicos de desempenho, painéis de dados e narrativas de impacto, pode favorecer a comunicação institucional e atrair novos parceiros estratégicos. A sistematização de boas práticas também permitiria ao Instituto compartilhar metodologias com outras organizações do ecossistema de negócios sociais.

Outro ponto relevante diz respeito à necessidade de consolidar processos de governança que garantam a continuidade dos valores éticos mesmo em contextos de crescimento ou transição. A criação de um conselho consultivo formado por lideranças negras de diferentes áreas pode funcionar como espaço de escuta, validação de decisões e apoio à sustentabilidade institucional. Além disso, a implementação de fóruns comunitários e consultas participativas contribuiria para uma gestão ainda mais transparente e democrática.

Também se recomenda o fortalecimento da presença do Instituto em redes nacionais e internacionais de negócios sociais, o que pode ampliar a captação de recursos, possibilitar intercâmbios de experiências e garantir maior visibilidade às suas práticas. Nesse sentido, é importante investir em comunicação estratégica, com materiais bilíngues e registro sistemático de boas práticas, que evidenciem o diferencial ético da liderança exercida. A produção de relatórios anuais de atividades com indicadores de impacto, estudos de caso e depoimentos de beneficiários também pode potencializar esse processo.

7. Considerações finais

A análise do Instituto Feira Preta evidencia que a liderança ética não é apenas um diferencial, mas um elemento estruturante da sustentabilidade de negócios sociais. A coerência entre discurso e prática fortalece a legitimidade, atrai parceiros alinhados, e gera impacto social transformador. O caso em questão demonstra que é possível empreender com propósito, respeitando valores éticos e promovendo mudanças estruturais na sociedade.

Em um contexto de desigualdades históricas, iniciativas como o Instituto Feira Preta mostram que a liderança ética é uma ferramenta potente para o enfrentamento do racismo, o fortalecimento da economia negra e a construção de uma sociedade mais justa. Investir na formação de lideranças com esse perfil é um caminho necessário para o avanço dos negócios sociais no Brasil. O fortalecimento dessas experiências pode estimular um ciclo virtuoso de inclusão, justiça e desenvolvimento sustentável.

Referências

AGUILAR, H. M.; NASSIS, V. M. J.; GARÇON, M. M. Empreendedoras negras no Brasil – um estudo exploratório sobre adversidades e superação. *South American Development Society Journal*, v. 8, n. 23, p. 237, 2021.

CHIAVENATO, I. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

INSTITUTO FEIRA PRETA. Site oficial. Disponível em: https://www.feirapretafestival.com.br/. Acesso em: 6 maio 2025.

OLIVEIRA JUNIOR, A. B.; PESCETTI, A. *Empreendedorismo negro: empoderamento, identidade e nicho de mercado*. 2020.

SABINO, G. F. T.; PINHEIRO, D. C. Empreendedorismo negro brasileiro: tensões e limites à luz da inclusão econômica e social. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, v. 7, n. esp., p. 39-55, 2022.