

3º MAPA DE NEGÓCIOS DE IMPACTO

SOCIAL + AMBIENTAL

Relatório
Nacional

2021



Realização:



Patrocínio:



SECRETARIA ESPECIAL DE
PRODUTIVIDADE, EMPREGO E
COMPETITIVIDADE

MINISTÉRIO DA
ECONOMIA





3º MAPA DE NEGÓCIOS DE IMPACTO

SOCIAL + AMBIENTAL

O QUE É O MAPA DE IMPACTO?

O Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental é um estudo desenhado para acompanhar a evolução do *pipeline* de negócios de impacto positivo no país e referenciar o retrato atual do setor. Sua primeira versão foi publicada em 2017, se repetindo a cada dois anos. Esta terceira edição, Mapa 2021, acontece ainda dentro de um cenário de extrema incerteza para a economia mundial, que enfrenta a crise sanitária do COVID-19. Portanto, além de garantir a continuidade da leitura sobre o *pipeline* de negócios de impacto brasileiro, este será o primeiro estudo a nível nacional que irá revelar os impactos da crise neste setor.

Esta edição ainda traz uma versão especial do Mapa de Impacto Ambiental, com dados sobre negócios de impacto que visam endereçar desafios dentro dos setores: agropecuária; florestas e uso do solo; indústria; logística e mobilidade; energia e biocombustíveis; água e saneamento; e gestão de resíduos.

Acesse: mapaambiental2021.pipelabo.com

O QUE É A PIPE?

A pesquisa e a inteligência na leitura de dados e cenários é nossa vocação. A **Pipe.Social** nasceu de uma pesquisa sobre negócios de impacto em educação e se lançou para o mercado com o primeiro Mapa de Negócios de Impacto Social+Ambiental e vitrine de negócios Pipe.Social. Desde 2016, estamos desenvolvendo diversos estudos sobre o setor de impacto socioambiental no Brasil, publicando mapeamentos, desenvolvendo taxonomias e ferramentas para apoiar o ecossistema e o empreendedor em sua jornada.

Com muito orgulho, nos tornamos referência sobre o setor no país e consolidamos a **Pipe.Labo**, um centro de estudos e conhecimento aplicado sobre o mercado de impacto socioambiental no Brasil.

Conheça outros estudos no www.pipelabo.com

Sumário

1	INTRODUÇÃO - A DÉCADA DA MUDANÇA	01
1.1.	Editorial	01
1.2.	Metodologia & Amostra	01
1.3.	Ficha técnica & Agradecimentos	01
1.4.	O Mapa 2021: A Década da Mudança	02
2	UM OLHAR PARA O EMPREENDEDOR	03
2.1.	Diversidade no ecossistema empreendedor	03
3	UM OLHAR PARA OS NEGÓCIOS	05
3.1.	Dados gerais dos negócios mapeados	05
3.2.	Jornada empreendedora	09
3.3.	Recursos e apoios disponíveis no ecossistema	14
3.4.	Negócios Destaques do Mapa 2021 nas 6 verticais de impacto	15
4	UM OLHAR PARA O IMPACTO	17
4.1.	Dados gerais do impacto nos negócios mapeados	17
4.2.	Mercado de tecnologias de impacto	20
5	LEARNING BY DOING: 6 ANOS DO MAPA DE IMPACTO	24
5.1.	Evolução do pipeline 2017 x 2019 x 2021	26
6	VISÃO DE FUTURO: O MUNDO NO COVID	28
6.1.	Impactos da pandemia na economia mundial	29
6.2.	A crise no setor de impacto: oportunidade ou desafio	29
6.3.	Negócios destaques do mapa 2021 - por resiliência	32
7	VISÃO DE FUTURO: O IMPACTO NÃO É MAIS NICHO	33
7.1.	Ativismo empresarial	33
7.2.	O Boom do ESG	35
7.3.	Institutos e Fundações se somam aos negócios de impacto	38
7.4.	A democratização dos investimentos: mecanismos <i>crowdfunding</i>	41
7.5.	A onda verde - o aquecimento da agenda ambiental brasileira	42

1.1. Editorial

Aos leitores do 3º Mapa de Impacto,

Esse estudo acompanha o desempenho, os sonhos e os desafios de empreendedores que optaram por seguir seus propósitos de impacto positivo durante o contexto mais desafiador para os negócios mundo afora na nossa história recente. Esperamos que os dados a seguir ajudem o mercado a planejar o futuro do setor, assim como guiem empreendedores para melhor caminhar por essa jornada.

Nosso agradecimento mais que especial fica para todos que se engajaram nessa comunicação e ativação de redes de impacto durante a quarentena, assim como aos próprios empreendedores que atualizaram seus dados para garantir o resultado a seguir.

Muito obrigado,

Lívia Hollerbach & Mariana Fonseca
COFUNDADORAS DA PIPE.SOCIAL E PIPE.LABO

1.3. Equipe & agradecimentos

Coordenação & Análise:

LÍVIA HOLLERBACH
E MARIANA FONSECA

Comunicação & Análises de redes sociais

BETÂNIA LINS,
BIANCA SONNEWEND
E VICTORIA PASSOS

Pesquisa & Análise de Negócios:

GEORGE MAGALHÃES,
LUCAS BERNAR
E PEDRO HÉRCULES

Análise Estatística:

FELIPE SCHEPERS

Tecnologia & Banco de dados:

ALLAN CAMPOS
E RAFAEL SLONIK

Design:

JULIAN BOLEDI
E PEDRO PARRELA

Agradecimentos especiais:

ANDREA AZEVEDO, CÉLIA CRUZ, DIOGO QUITÉRIO, GABRIEL CARDOSO, GRETA SALVI, GUSTAVO PINHEIRO, HAROLDO RODRIGUES, JULIANA VILHENA, LUCAS RAMALHO MACIEL, MARCELLO SANTO, MÁRCIA SOARES E TATIANA BOTELHO.

1.2. METODOLOGIA & AMOSTRA

Chamada nacional de empreendedores à frente de negócios de impacto socioambiental para cadastramento ou atualização de dados na plataforma da Pipe.Social entre 01 de Dezembro de 2020 a 15 de Fevereiro de 2021. Com o apoio de 62 organizações do ecossistema, alcançamos **1.300 CADASTROS ONLINE** com dados autodeclarados por meio de um questionário de 60 perguntas.

Para a análise dos dados e elaboração do relatório final contamos também com uma Desk Research sobre avanços do setor no Brasil e dados de investimento de impacto no globo, bem como sessões de análise com nossos patrocinadores e especialistas do campo.

A infografia e dados aqui apresentados têm como base **1.272 NEGÓCIOS DE IMPACTO OPERACIONAIS** (28 negócios mapeados declararam fechamento de portas ou a não continuidade de suas operações em 2021).

Essa é uma amostra não exaustiva do setor (o empreendedor se autodefine e se reconhece nesse pipeline). A margem de erro para a leitura dos dados é de **3,1 PONTOS** percentuais a um nível de confiança de 95% para leituras na amostra geral.

MAPA 2021:**1.4. A década da mudança**

Temos menos de 10 anos para avançar nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (os ODS da Agenda 2030 firmada em 2015) e o relógio corre contra nós. O comprometimento das lideranças de 193 Estados-membros da ONU foi ousado e necessário para conter o aquecimento climático e promover o desenvolvimento sustentável no globo.

Apesar de, nos últimos anos, empresas, governos e sociedade civil terem se mobilizado para avançar nas metas e indicadores estabelecidos, a pandemia deixou evidente que parte desses esforços não resultaram em transformações estruturais ou não foram feitos no volume necessário para mitigar os riscos e eliminar os problemas de fato.

No relatório “The Sustainable Development Goals Report”, publicado em 2020, a ONU analisa a evolução global de cada um dos 17 ODS. Algumas das conclusões foram:

- Estima-se que 71 milhões de pessoas voltem à pobreza extrema em 2020, o primeiro aumento na pobreza global desde 1998;
- O subemprego e o desemprego devido à crise indicam que 1,6 bilhão de trabalhadores já vulneráveis na economia informal podem ser significativamente afetados;

“A mudança não está acontecendo na velocidade ou escala necessária.”

**THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS REPORT,
2020, DA ONU**

- Mais de 1 bilhão de moradores de favelas estão sob grave risco dos efeitos da Covid-19, sofrendo com a falta de moradia adequada, sem água encanada em casa, com banheiros compartilhados, com pouco ou nenhum sistema de coleta de lixo, em transportes públicos superlotados e com acesso limitado às unidades de saúde formais;
- Mulheres e crianças estão entre os que mais sofrem com os efeitos da pandemia. A interrupção nos serviços de vacinação e de saúde e o acesso limitado aos serviços de nutrição e dieta têm o potencial de causar mais mortalidade materna e infantil;
- A mudança global do clima ainda ocorre mais rapidamente que o previsto. O ano de 2019 foi o segundo mais quente já registrado. A acidificação dos oceanos está se acelerando, a degradação da terra continua, um grande número de espécies está sob risco de extinção e persistem modelos de consumo e produção insustentáveis. Estima-se que 71 milhões de pessoas voltem à pobreza extrema em 2020, o primeiro aumento na pobreza global desde 1998;

Aqui na Pipe, desde 2016, mapeamos soluções e tecnologias em todo o Brasil, comprometidas a resolver nossas maiores problemáticas sociais e ambientais. São negócios e empreendedores que, há 6 anos, aquecem um novo mercado de impacto positivo, antes tendência, agora uma urgência.

Se as duas primeiras edições do Mapa de Impacto inspiraram novos empreendedores nesta jornada e atraíram investidores para o ecossistema, o Mapa 2021 mostra que chegou a hora de agir e, rápido. É preciso imprimir velocidade a esse *pipeline* de negócios, que chega no ponto de buscar mais maturidade das soluções e dos modelos de negócios.



CAPÍTULO 02

“É sempre um marco quando conhecemos a fotografia atual do ecossistema através do Mapa da Pipe. Ele amplia nosso repertório sobre avanços e demandas dos empreendedores de impacto em diferentes contextos, cientes de que temos muitas oportunidades e que as respostas a essas demandas envolverão diferentes recursos técnicos, financeiros e relacionais. É um dos caminhos, tanto para mergulhar no diagnóstico quanto para oferecer respostas a ele, passa por fortalecer e conectar as organizações que apoiam esses empreendedores, em toda a sua trajetória, nas cinco regiões do país, e cada vez mais agregando lentes específicas como gênero, raça e contexto territorial. Se o ecossistema já trazia soluções para problemas sociais, este objetivo é reforçado para sairmos desta crise econômica e social.”

CELIA CRUZ, DIRETORA EXECUTIVA DO ICE E DA ALIANÇA PELO IMPACTO

Um olhar para o Empreendedor

→ Antes de mergulharmos nos dados e números dos negócios de impacto mapeados, é igualmente importante entender o perfil dos empreendedores à frente dessas iniciativas. Essa análise pode nos ajudar na compreensão da natureza das soluções e os problemas que endereçam, bem como seu grau de maturidade e, ainda mais importante, os desafios que existem na promoção e fortalecimento de um universo empreendedor mais equânime e diverso.

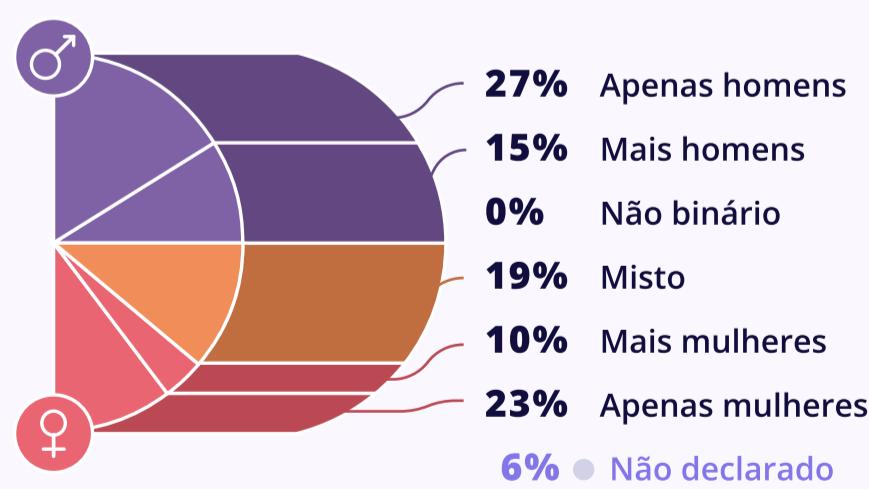
2.1. DIVERSIDADE NO ECOSISTEMA EMPREENDEDOR

A diversidade é um tema chave e crítico na análise do perfil sociodemográfico dos empreendedores à frente dos negócios de impacto mapeados.

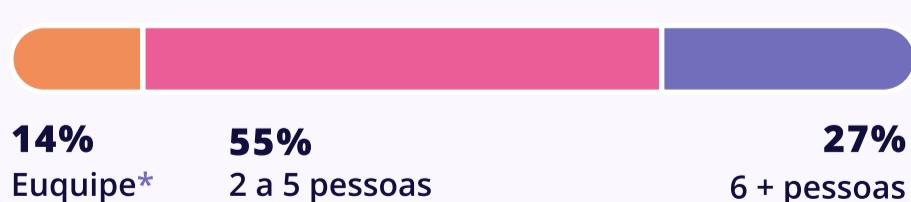
Gênero dos fundadores

Apesar de haver uma equidade de gênero neste retrato (as mulheres estão presentes em 67% dos negócios mapeados e os homens, em 71%), negócios administrados apenas por um time feminino tendem a receber menos recursos financeiros e outros apoios para evoluir na jornada, quando comparados a negócios liderados apenas por um time masculino:

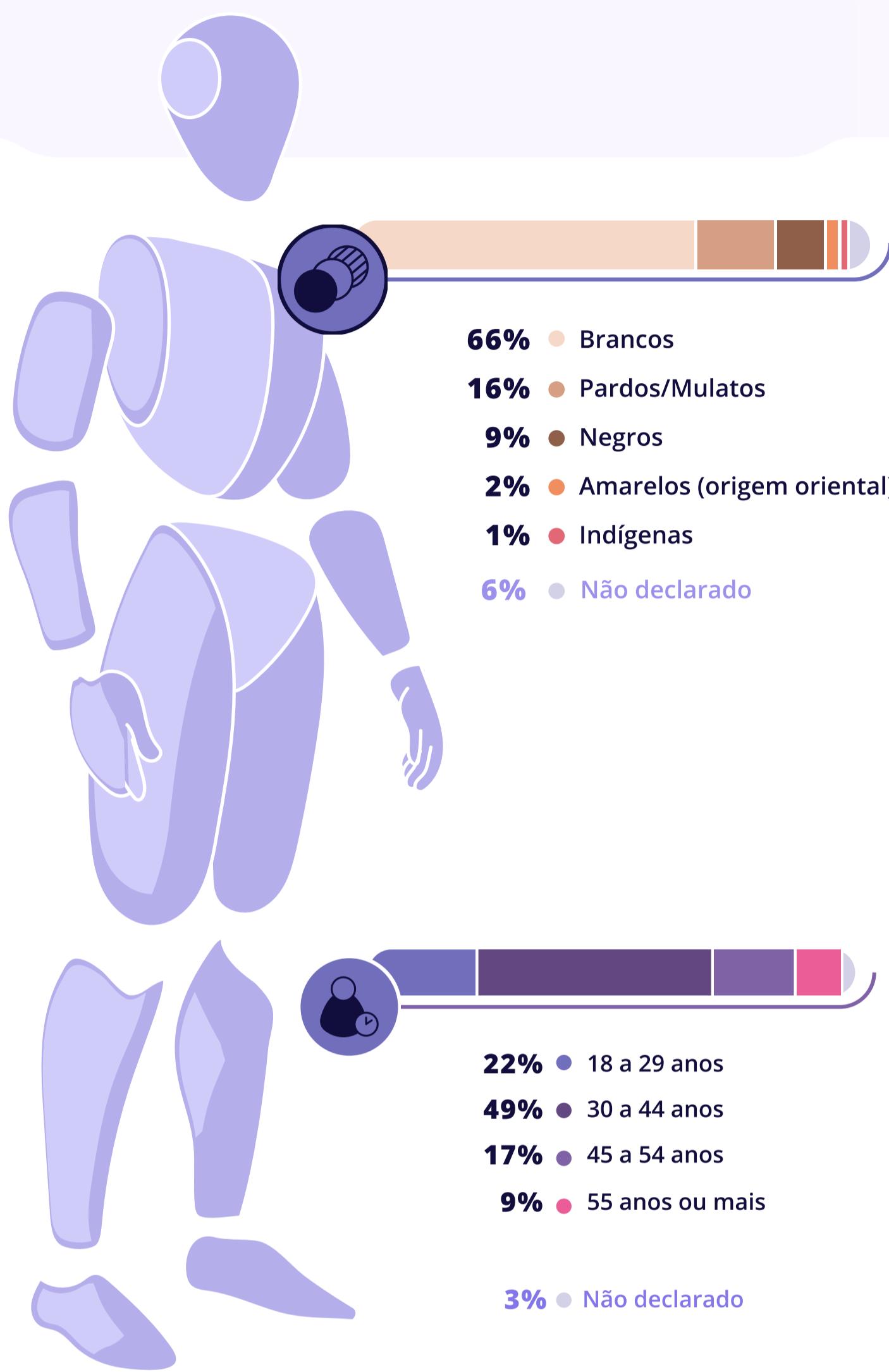
- Elas são menos investidas (22% captaram recursos de terceiros contra 29% dos negócios liderados apenas por homens) e, por consequência, estão menos presentes entre os negócios em fase de escala (25% contra 35%).
- Elas são menos aceleradas (20% conseguiram esse apoio contra 32% dos negócios liderados apenas por homens)



Tamanho do time *só há um empreendedor

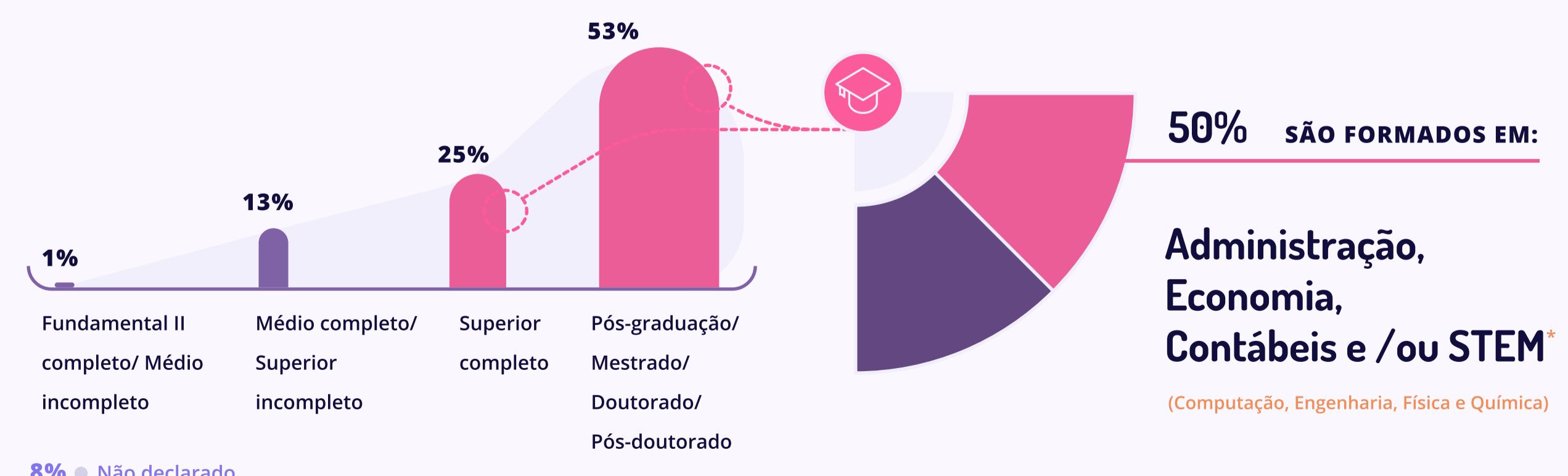


utilizam equipe freelancer, prestando serviços pontuais



Escolaridade

A escolaridade do empreendedor é importante quesito diferenciador nesta base já que aqueles com formação superior em ciências exatas e, principalmente administração, são dominantes em negócios mais maduros, investidos e em fases de escala. A formação educacional do empreendedor e seu time é, inclusive, um dos 22 KPI's de investimento considerados por investidores de impacto, analisados no estudo "Scoring de Investimento de Impacto", publicado pela Pipe, em 2020 (leia na www.pipelabo.com).



Características do principal fundador/ liderança

Raça

Quanto ao perfil racial do empreendedor de impacto mapeado, na base geral, nota-se um grande desequilíbrio na análise do principal fundador/liderança do negócio, apontado como 66% de raça branca. Empreendedores pardos/mulatos (16% da base geral) e negros (9%) registram maior dificuldade de acessar investimento (entre a base não investida, 20% são negros) e atravessar as fases iniciais da jornada (entre os negócios em fase de escala, apenas 10% têm empreendedores negros à sua frente, contra 84% de raça branca).

A região Norte do país é que apresenta, comparativamente, melhor distribuição neste quesito, registrando 50% de empreendedores brancos, 32% pardos/mulatos, 8% de origem indígena, 6% negros, 2% de origem amarela/oriental e 2% sem declarar essa informação.

Idade

A análise do perfil etário da amostra revela que seria muito interessante incentivar a presença de empreendedores maduros nesta jornada de impacto. Negócios com fundadores acima de 50 anos se mostram em estágios mais avançados da jornada (entre os negócios em escala, 22% têm empreendedores com 50 anos ou mais), registram maiores faixas de faturamento e tendem a não buscar apoio de aceleradoras/incubadoras.

CAPÍTULO 03

Um olhar para os Negócios

→ Esta terceira edição do Mapa de Impacto espelha avanços importantes do ecossistema rumo a um *pipeline* mais maduro e robusto de negócios. Apesar de uma parte importante da base mapeada ainda não ser sustentável financeiramente, temos mais soluções deixando a fase de ideação para, de fato, provar um modelo que pare de pé. Além disso, o empreendedor se mostra mais maduro na compreensão de diversos termos e conceitos do universo de impacto, como também mais consciente de recursos financeiros e de apoios que necessita em diferentes estágios de desenvolvimento.

Contudo, mesmo com essa boa notícia, ainda é preciso entender a fundo as demandas não atendidas e pedidos de ajuda dos empreendedores a cada etapa da jornada e, do outro lado, analisar a disponibilidade de capital e apoios não financeiros no ecossistema, para equilibrar essa relação e fomentar um *pipeline* de negócios mais saudável.

3.1. DADOS GERAIS DOS NEGÓCIOS MAPEADOS

A descentralização do setor, a busca de um modelo sustentável para os negócios e o acesso às ajudas necessárias para o empreendedor evoluir de maneira mais consistente pela jornada permanecem sendo os principais desafios do ecossistema de impacto.

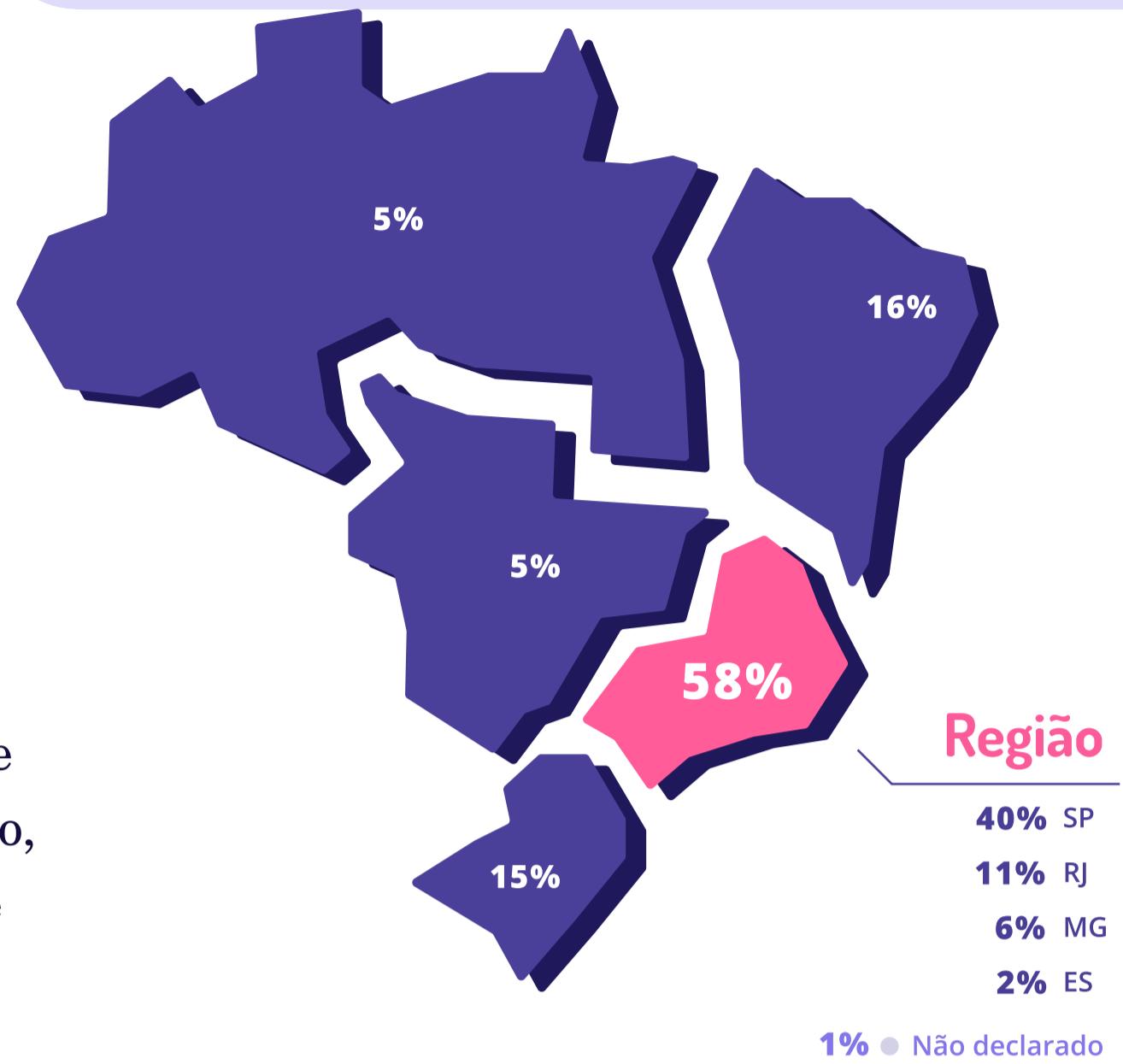
Características da empresa

O estado de São Paulo concentra o ecossistema empreendedor brasileiro – não só o de impacto – que busca orbitar ao redor de sua enorme oferta de capital, formações e *networking*. Soluções de saúde e educação são ainda mais presentes na região, bem como a base de negócios em estágios de tração e escala e perfis de empreendedores de raça branca, mais maduros e com maior escolaridade

O Nordeste teve um ganho considerável no volume de negócios neste terceiro mapeamento, refletindo esforços de atores locais no fortalecimento da agenda de impacto na região. Ali se concentram mais soluções para as cidades, fintechs, civictechs e edtechs, bem como negócios em fase de ideação e liderados por um perfil mais diverso de empreendedor, em termos de gênero e raça.

"Os negócios de impacto 'fora do eixo' trazem em si perspectivas de diferentes realidades, fator essencial em um país continental e diverso como o Brasil. O crescimento do ecossistema no Nordeste é resultado do esforço de diversas organizações regionais que trabalham para fomentar o empreendedorismo social, respeitando o contexto em que os empreendedores estão inseridos e construindo redes locais. Descentralizar o apoio aos empreendedores em parceria com esses dinamizadores mostra-se um caminho efetivo para o crescimento do setor"

MARCELLO SANTO, DIRETOR FUNDADOR DO IMPACTA NORDESTE E COFUNDADOR DA MOTIRÔ



36%
estão sediados no interior dos estados

A descentralização do ecossistema de apoio ao empreendedor se faz importante não só entre as regiões do país, mas também fora das capitais, já que há um número relevante de negócios sediados em cidades do interior. Em uma análise comparativa, este perfil têm mais dificuldade de caminhar pela jornada, acessar investimentos e programas de aceleração.

Tempo de existência

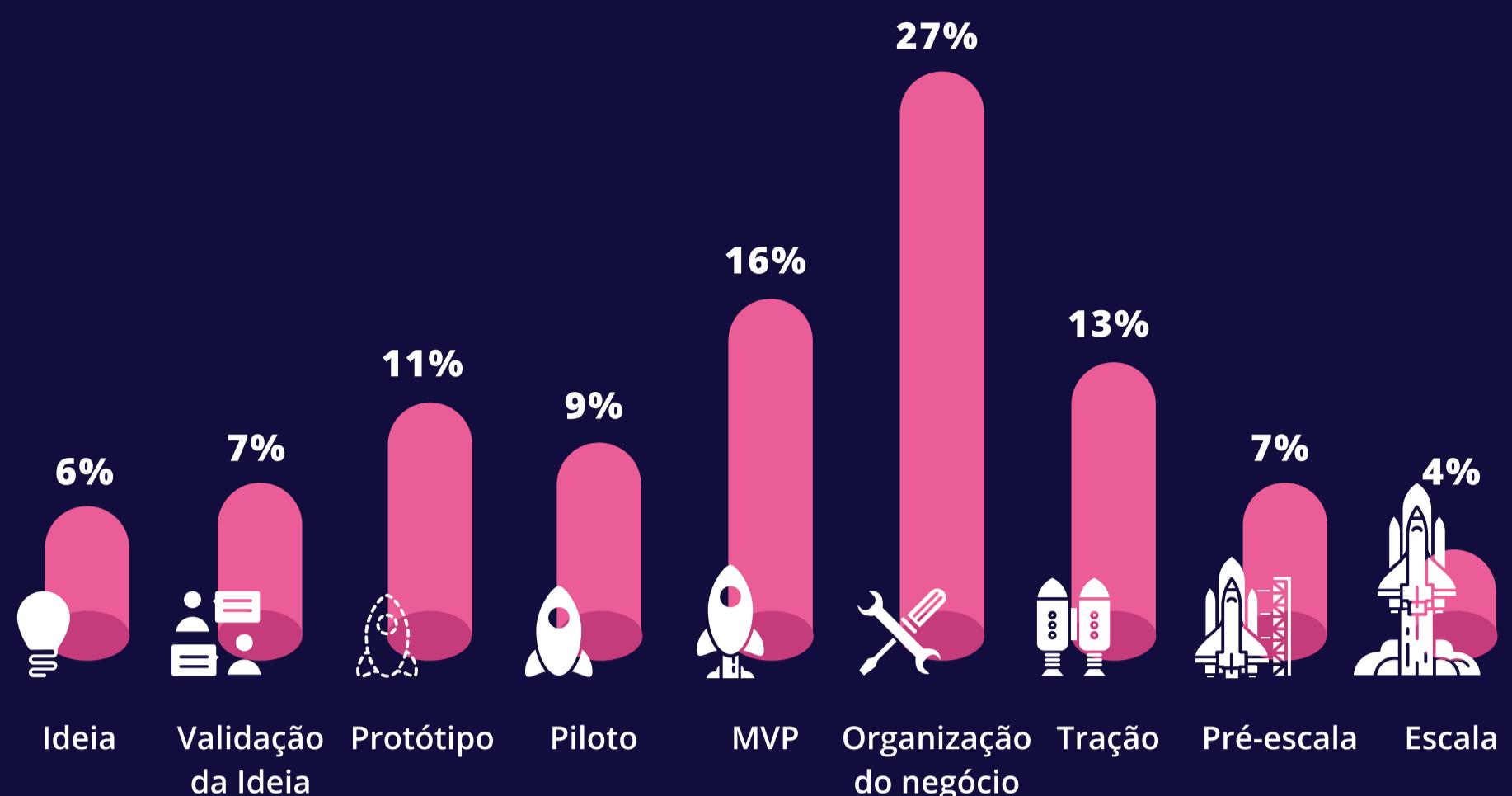


71%
estão formalizados

O tempo de existência dos negócios reflete um setor ainda emergente, onde 6 em cada 10 negócios têm, no máximo, cinco anos de fundação. E a não formalização é uma característica marcante entre quem ainda está idealizando um negócio, já que, com os desafios burocráticos do país, se espera avançar pela jornada para assumir os compromissos fiscais de uma organização. Por outro lado, empreendimentos com mais tempo de mercado são os que de fato estão escalando e crescendo entre a vertical de educação e nas regiões Sul e Norte do país.

Um olhar para os Negócios

Visão do negócio



O maior volume dos negócios de impacto, 8 em cada 10, continua entre os estágios de desenvolvimento da solução até organização de negócio, especialmente na busca por um modelo que gere alguma sustentabilidade financeira. A partir da fase de piloto, **7 EM CADA 10 NEGÓCIOS** já têm pensado um modelo de negócio mas é só a partir da etapa de tração que metade dos negócios mapeados de fato passa a parar de pé.

Os negócios mencionam, pelo menos, dois modelos de comercialização de seu produto e/ou serviço, sendo os principais a venda para outras empresas e para o consumidor final. Dos formatos de monetização, é interessante acompanhar o crescimento das plataformas

SAAS (*Software as a service*) e ter atenção para o considerável número de empreendedores, principalmente em fase de ideação, que têm a publicidade como foco (modelo esse que se mostra menos presente entre negócios em fase de tração e escala).

Um ponto importante na análise do faturamento é que muitos negócios em fases de pré-escala e escala não revelaram essa informação, impossibilitando a análise geral da evolução do *pipeline* nos dois últimos anos. A “cultura do segredo”, já conhecida no Brasil entre investidores e investidos, infelizmente vai contra a necessidade do setor de estudar e evoluir por meio de seus números.

Modelagem de negócio

66%	Sim, têm um modelo claro de como o negócio pode ser sustentável financeiramente
19%	Ainda não, mas estão desenhando/estudando
7%	Ainda não, mas tem a intenção de desenhar este modelo
8%	Não declarado

apenas

20%

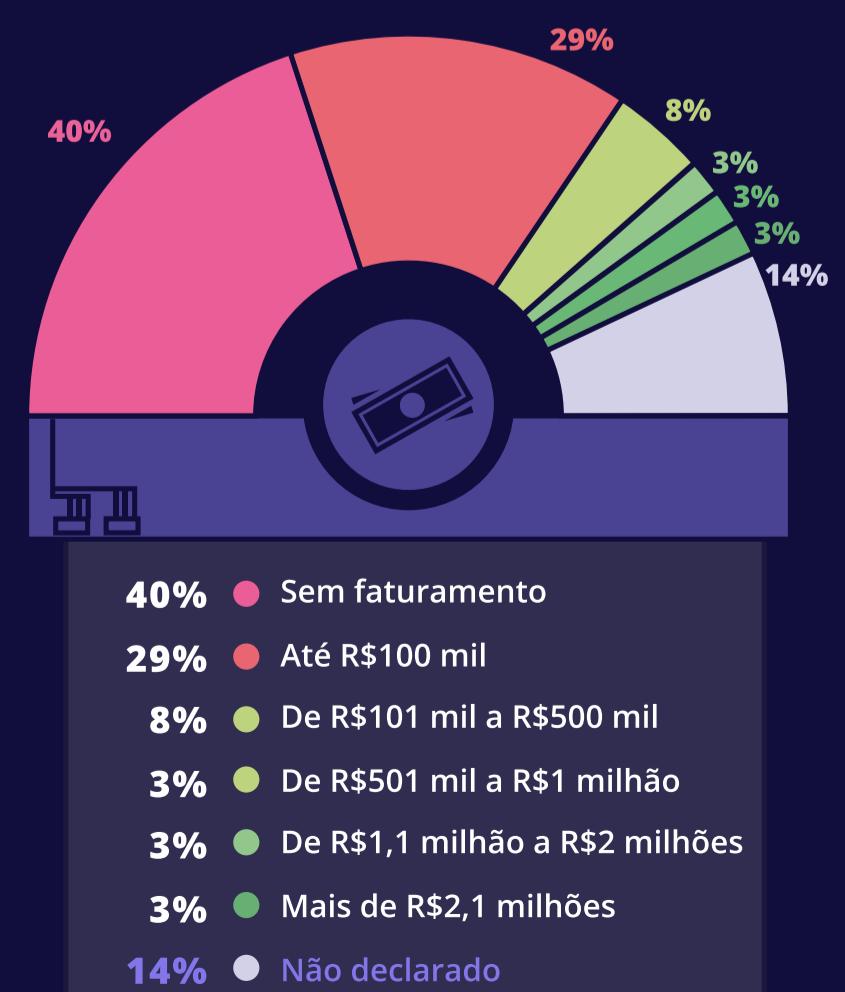
já são sustentáveis financeiramente

Modelo de Monetização

47%	Venda direta recorrente
45%	Venda direta única
34%	Assinatura
24%	Publicidade
23%	Comissão / Success fee
16%	SAAS <i>Software as a service</i>
13%	Licenciamento
12%	PAAS <i>Platform as a service</i>
9%	Micropagamentos
5%	IAAS <i>Infrastructure as a service</i>
2%	AIAAS <i>Artificial Intelligence as a service</i>
5%	Não sabe
1%	Não declarado



Faturamento 2019



Modelo de comercialização

B2B	48%	Business to Business
B2C	45%	Business to Consumer
B2B2C	39%	Business to Business to Consumer
B2G	19%	Business to Government
C2C	8%	Consumer to Consumer
2%	Não sabe	
9%	Não declarado	

Recursos financeiros e não financeiros



O volume de negócios mapeados ainda se vê maior que a oferta de recursos e apoios disponíveis no ecossistema, já que metade da base mapeada ainda não acessou doações e investimentos e, tampouco, programas de aceleração e incubação.

Apesar dessa alta demanda não atendida, o número de negócios que já acessaram doações e investimentos

- **4 EM CADA 10** - é bastante expressivo para o universo de empreendedorismo e startups. Importante entender contudo que os mecanismos de investimento mais formais (*equity* e dívida) ainda não são os mais alcançados pelos empreendedores, sendo as doações e *grants* os recursos que estão respondendo, de forma mais ampla, à demanda do empreendedor por capital.

Além disso, os empreendedores declaram acessar recursos financeiros por meio de, em média, duas fontes diferentes; o que nos leva a constatar que há um perfil de negócio com melhor desempenho na captação de recursos financeiros:

- eles tendem a estar nas capitais, em etapas mais maduras da jornada
- utilizam tecnologias inovadoras em sua solução
- já foram acelerados pelo menos uma vez
- já receberam premiações e reconhecimentos no Brasil ou no exterior
- estão atualmente em rodadas de captação de recursos
- têm implantadas ferramentas de governança e controles internos
- acompanham o impacto que geram
- alguns já internacionalizaram suas operações.

Na mesma linha, segue a análise do perfil de negócios que acessam programas de aceleração e incubação.

No contraponto, a **demandा não atendida** se concentra:

- fora das capitais
- em negócios mais jovens liderados por mulheres, ainda em etapas de ideação sem um modelo claro de como podem vir a ser sustentáveis
- em soluções que não utilizam tecnologias inovadoras
- em negócios que nunca captaram doações ou investimentos e, tampouco, premiações e reconhecimentos
- em negócios que ainda não apresentam ferramentas de governança
- em soluções que ainda não acompanham seu impacto.

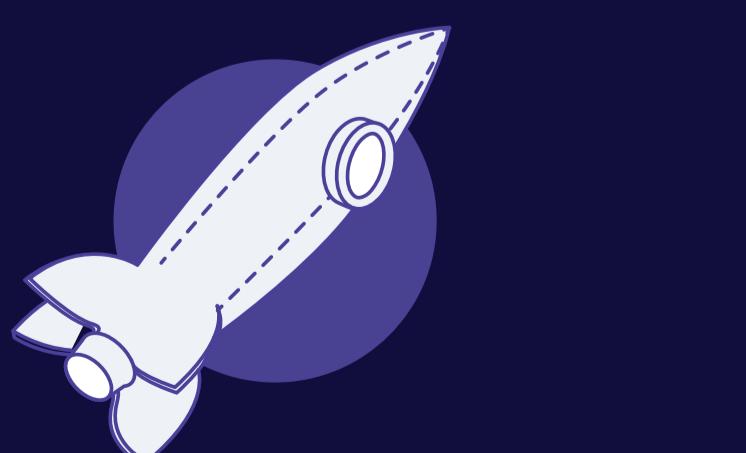
Um olhar para os Negócios

A demanda por capital permanece sendo de um valor “semente” e aumenta entre negócios de base tecnológica em etapas de piloto em diante. Os negócios buscam mais recursos não reembolsáveis e, em segundo lugar, venda de *equity* da empresa.



A análise das demandas dos empreendedores e da oferta que acessam mostra que o famoso paradoxo do “ovo e da galinha” ainda marca a dinâmica do setor.

O negócio não traciona ou escala sem uma chancela – seja ela o acesso a um tipo de investimento ou recurso não reembolsável, o apoio de uma aceleração, incubação ou, seja ainda, um reconhecimento público.

Intenção de captação**Outros pedidos de ajuda****3.2. JORNADA EMPREENDEDORA**

Entender o empreendedor, seu negócio e suas demandas em cada etapa da jornada ajuda, não só a orientar novos entrantes neste *pipeline* como, principalmente, a direcionar os apoios que o ecossistema pode oferecer aos negócios. Contudo, definir os estágios desta jornada não é tarefa fácil. Afinal, a construção de uma nova empresa não é linear, estável e tampouco previsível.

A seguir, uma visão de jornada pela experiência da Pipe e de diversos parceiros que atuam junto ao empreendedor de impacto, analisando dados dos perfis dos fundadores, dos negócios e, principalmente, as ajudas demandadas a cada estágio da caminhada.

Acesso a programas de aceleração

51% dos empreendedores já buscaram/ estão buscando ser acelerados/incubados, sem sucesso



15% Estão ou já foram acelerados ou incubados mais de uma vez

25% Estão ou já foram acelerados ou incubados uma vez

7% Não estão, e não tem a intenção

2% Não declarado

**apenas
34%**



já conquistaram algum prêmio ou competições no Brasil ou fora do país



"Ideas are easy. Implementation is hard."

GUY KAWASAKI, CHIEF EVANGELIST, CANVA
FRASE FAMOSA FALADA PARA A FORBES, EM 2004.

O estágio de ideação é totalmente exploratório, é um momento de planejar.

O empreendedor tem uma ideia, um conceito de um produto ou serviço que deseja colocar em prática. Essa motivação inicial pode tanto vir de uma paixão e engajamento com uma causa específica, como de uma análise pragmática de oportunidade de mercado; as portas de entrada para a jornada empreendedora de impacto são muitas. Em 2015, a Pipe.Social estudou a fundo estes gatilhos na publicação "**Empreendedores de Impacto: as Dores e as Delícias de Inovar em Educação**" (veja mais no www.pipelabo.com).

1 IDEAÇÃO
*Ideia + Validação
da ideia + Protótipo*

302 NEGÓCIOS



QUEM SÃO

- 45% têm mulheres como principal fundador
- 55% estão na vertical de Tecnologias Verdes e
- 32% em Saúde

COMO ESTÁ O NEGÓCIO

- 59% Ainda não são formalizados
- 34% Estão desenhando um modelo de negócio
- 71% Ainda não faturam
- 59% Ainda não definiram indicadores de impacto social

APOIOS RECEBIDOS

- 80% Nunca acessaram doações ou investimentos
- 57% Não está captando mas tem a intenção em um futuro próximo
- 70% Já buscaram/ estão buscando ser acelerados/incubados, sem sucesso

AJUDAS MAIS PEDIDAS

- 47% Dinheiro
- 31% Mentoria
- 19% Parcerias e networking

Aqui estão concentradas as empreendedoras mulheres que, como já vimos, têm maior dificuldade de evoluir com consistência pela jornada. E, a maior entrada de ideias de negócios nas verticais de Tecnologias Verdes e Saúde refletem o aquecimento da pauta ambiental no país e, como não podia deixar de ser, a resposta às diversas problemáticas que a pandemia do COVID-19 despertou.

Nesta fase de ideação, a maior parte dos negócios não pode ainda arcar com os custos de uma empresa aberta, pois estão em busca de um modelo rentável e não geram ingressos. Seria importante que, neste momento inicial, os empreendedores também refletissem sobre os indicadores de impacto do negócio, já que isso pode influenciar o modelo de negócio pensado.

Com uma ideia na mão ou mesmo prototipada, a busca por apoios no seu desenvolvimento é enorme, mas pouco atendida. Interessante ver que metade da base prefere iniciar a captação de recursos financeiros com uma solução mais pronta para mostrar.

O famoso "*smart money*" é a demanda por dinheiro, mas também por pessoas que apoiem o empreendedor a pensar em como investir esse recurso na solução planejada.

2 ESTRUTURAÇÃO

Piloto + MPV *minimum viable product
+ Organização do Negócio

657 NEGÓCIOS



“Ao considerar a criação de seu próprio produto mínimo viável, tenha esta regra simples: remova qualquer característica, processo ou esforço que não contribua diretamente para o aprendizado que você busca.”

ERIC RIES, EM SEU LIVRO A STARTUP ENXUTA,
DE 2011

Construída e testada a ideia, chega o momento de se provar como solução e como negócio.

Validando, desta vez, um produto/serviço e um modelo de negócio com clientes reais. Para isso, a solução precisa ser minimamente vendável, capaz de ser testada pelo cliente. Quando a solução e seu modelo de venda são validados, o empreendedor constrói uma operação mínima do negócio, que começa a funcionar na prática.

Nessa etapa, conhecida como “vale da morte”, aumenta o número de mulheres fundadoras da base de negócios mapeada e também soluções de Cidadania e de Educação, que podem encontrar mais desafios no seu desenvolvimento, especialmente, na modelagem de negócio.

Já começando a operar, os negócios nesta fase se formalizam e colocam à prova seu modelo de negócio com as primeiras vendas. Aqui também evoluem para a visão de impacto do negócio, pelo menos definindo métricas a serem acompanhadas.

Com um modelo testado e em operação, os negócios conseguem acessar os primeiros recursos para se alavancarem, sendo doações e recursos não reembolsáveis os mecanismos que mais chegam nesta fase de mais risco. A demanda por aceleração e incubação, contudo, permanece alta e necessária para sair do vale da morte.



QUEM SÃO

- 47% têm mulheres como principal fundador
- 42% estão na vertical de Cidadania e
- 30% em Educação

COMO ESTÁ O NEGÓCIO

- 76% São formalizados
- 68% Têm um modelo de negócio
- 36% Faturam até R\$100 mil
- 35% Definiram indicadores de impacto mas ainda não os medem

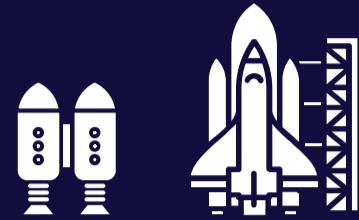
APOIOS RECEBIDOS

- 76% Já captaram via doações
- 49% Está captando e, dentro destes,
- 72% até R\$500mil
- 53% já buscaram/ estão buscando ser acelerados/incubados, sem sucesso

AJUDAS MAIS PEDIDAS

- 46% Dinheiro
- 25% Mentoria
- 24% Comunicação e Marketing

Ao realizar as primeiras vendas, o empreendedor começa a avaliar: time, estrutura e processos internos para poder crescer. Organizar o negócio para crescer significa melhorar a gestão de processos, indicadores e equipe, ativar clientes e cadeia de fornecedores e avançar no desenvolvimento dos produtos e serviços. Neste processo, erros e problemas são identificados e contornados, mas podem até mesmo levar a uma pivotagem e revisão de produto ou modelo de negócio.



Este é o momento de crescer!

A tração de um negócio se dá quando o desenvolvimento do produto ou serviço se finaliza e o mesmo começa a atrair novos clientes, indicando que existe demanda de mercado. Nessa fase, o negócio entra em forte ritmo de crescimento e se prepara para uma grande expansão.

“O veneno mais letal é o sentimento de realização. E o melhor antídoto é pensar, todos os dias, em como aprimorar o que já foi feito.”

INGVAR KAMPRAD, FUNDADOR DA IKEA

3 CRESCIMENTO

Tração
+ Pré-escala
251 NEGÓCIOS



4 EXPANSÃO

Escala 251 NEGÓCIOS



QUEM SÃO

65%		Têm homens como principal fundador
53%		Estão na vertical de Tecnologias Verdes
39%		Em Educação
20%		Em Finanças Sociais
39%		Possuem patente da sua solução ou estão em processo de pedido
69%		Estão no Sudeste
20%		Na região Sul

COMO ESTÁ O NEGÓCIO

20%		Faturam acima de R\$2,1 milhões
39%		Têm processo de pesquisa para acompanhar seus indicadores de impacto e
6%		Contratam auditorias e comunicam seus dados

APOIOS RECEBIDOS

31%		captaram via equity e
33%		via empréstimo
71%		Estão captando e, dentro destes,
39%		buscam acima de R\$1,1 milhões

39% estão sendo/ já foram acelerados/incubados uma vez

AJUDAS MAIS PEDIDAS

33%		Dinheiro
31%		Comunicação e marketing
24%		Mentoria
18%		Comercial e vendas
8%		Internacionalização

“Quando uma startup amadurece a ponto de ter um produto matador, um mercado considerável e um canal de distribuição robusto, ela tem a oportunidade de se tornar uma scale-up, que é uma empresa que muda o mundo atingindo milhões ou mesmo bilhões de vidas.”

REID HOFFMAN, EM SEU LIVRO BLITZSCALING,
EM 2019

Enfim chega o momento de expandir!

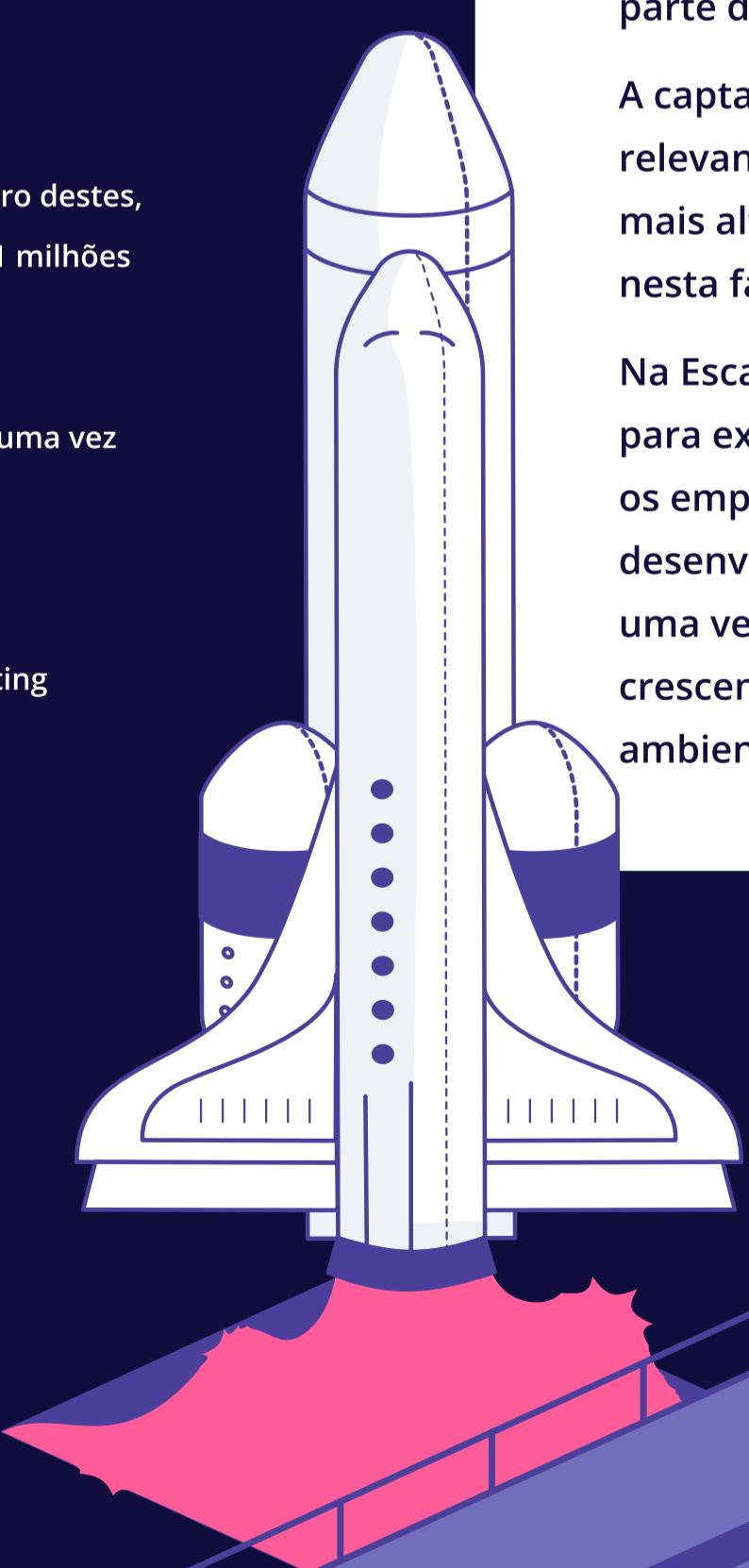
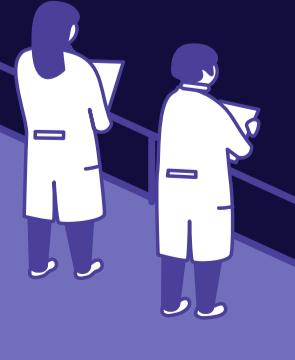
O estágio de escala representa empresas maduras, que já superaram o momento de validação e, agora, estão em pleno vapor concretizando seus planos de ampliação com velocidade.

No caso do 3º Mapa, os negócios em fase de escala são majoritariamente liderados por homens, têm maior número de soluções nas verticais de Tecnologias Verdes, Educação e Finanças Sociais e estas se concentram no Sudeste e Sul do país. O uso de tecnologias patenteadas é também mais comum nesta etapa.

As faixas de faturamento atingem os milhões na fase de escala, o impacto da solução passa a ser formalmente gerenciado e também comunicado externamente, como parte da agenda dos investidores do negócio.

A captação de recursos via *equity* e empréstimo continua relevante, pois a demanda nesta fase é grande e por valores mais altos. Vemos também apoios não financeiros buscados nesta fase, visando ajuda na expansão.

Na Escala, apoios específicos são demandados, inclusive para expandir fora do país. Um desafio importante que os empreendedores apontam neste momento é o de desenvolver melhor a cultura e governança da empresa, uma vez que, à medida que as operações se expandem, crescem também os riscos e impactos do negócio nos seus ambientes externos e internos.



3.3. RECURSOS E APOIOS DISPONÍVEIS NO ECOSISTEMA

Após analisarmos em profundidade o perfil, a maturidade e, principalmente, os pedidos de ajuda dos empreendedores em cada etapa da sua caminhada, buscamos entender um pouco do contexto atual do ecossistema de apoio aos negócios de impacto. Ressaltamos que o levantamento e análise a seguir não pretendem ser exaustivos sobre o tema e sim, jogar uma luz sobre a relação demanda-oferta na jornada empreendedora deste setor.

Dois estudos recentes detalham o perfil das organizações de apoio ao empreendedor de impacto no Brasil:

O estudo “**Um olhar para a sustentabilidade de organizações de apoio a empreendimentos de impacto**”, publicado em Outubro de 2020, pelo Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) com coordenação técnica do CEATS-USP, lista 41 organizações no país com programas focados principalmente, nas etapas iniciais da jornada empreendedora.

Do total de 41, as organizações se distribuem em:



- 35 organizações apoiam soluções em fase de ideação
- 38 apoiam soluções em fase de operação
- 24 apoiam na fase de tração
- 15 buscam soluções em fase de escala.

Fonte: Um olhar para a sustentabilidade de organizações de apoio a empreendimentos de impacto, Outubro 2020

Dentro desta amostra, 22% são aceleradoras e, a maior parte, 78%, são incubadoras que, como sabemos no Brasil, costumam estar vinculadas a universidades e se caracterizam por apoiar empreendedores nas etapas de ideação e desenvolvimento de uma solução. Quanto à distribuição geográfica desta oferta, há uma concentração nas regiões Sudeste (44%) e Sul (24%), seguidas pelo Centro Oeste (19%), Nordeste (15%) e Norte (7%).

A edição mais recente do “**Guia 2.5**” do Quintessa mapeia 51 organizações com programas e iniciativas que apoiam e investem em negócios de impacto, sendo elas investidores, aceleradoras e organizações de fomento e apoio independentes. A maioria apoia negócios com um produto ou serviço já validado no mercado e que estão em momento de estruturar sua gestão.

Veja como as iniciativas responderam sobre o estágio de atuação:

I

12 INICIATIVAS APOIAM O ESTÁGIO 1:

estou no começo da minha trajetória empreendedora. É o momento de explorar potenciais ideias de negócio.

II

21 INICIATIVAS APOIAM O ESTÁGIO 2:

tenho definida minha ideia de negócio. É o momento de conhecer melhor meu cliente, sua necessidade e refinar a ideia. (Validação do modelo de negócio com foco no cliente: encaixe problema-cliente).

III

26 INICIATIVAS APOIAM O ESTÁGIO 3:

tenho uma hipótese da solução que irei oferecer. É o momento de prototipar meu produto/serviço, de forma que sua proposta de valor contemple a necessidade do cliente. (validação do modelo de negócio com foco na solução: encaixe problema-solução).

IV

36 INICIATIVAS APOIAM O ESTÁGIO 4:

meu produto/serviço já existe. É o momento de realizar minhas primeiras vendas e validar ele no mercado, de forma a ter evidências de que está criando valor para o cliente e ganhando força no mercado. (validação do modelo de negócio com foco no acesso ao mercado: encaixe produto-mercado).

V

40 INICIATIVAS APOIAM O ESTÁGIO 5:

validei meu produto/serviço no mercado. É o momento de estruturar a gestão da organização e refinar o modelo de negócio, de forma a ter evidências de que minha proposta de valor está inserida em um modelo de negócio escalável e lucrativo (encaixe do modelo de negócio).

VI

32 INICIATIVAS APOIAM O ESTÁGIO 6:

meu negócio está estruturado e preparado para crescer. É o momento de expandir.

Fonte: www.guiadoisemeio.com.br

O mapeamento também revela uma oferta maior no Sudeste, em especial no estado de São Paulo (25 do total de 51 organizações). E o tempo de duração de grande parte dos programas de desenvolvimento do empreendedor é de até um ano.

Desafio do setor

Estes dois importantes mapeamentos falam do cenário de apoio aos negócios de impacto brasileiros e podem explicar a alta demanda reprimida por aceleração e incubação que se mantém entre a metade dos empreendedores de impacto mapeados nesta terceira edição do Mapa de Impacto.

Apesar das publicações analisadas neste capítulo conseguirem mapear organizações de apoio tanto em fases iniciais da jornada quanto nas fases de crescimento de uma solução já validada, a oferta, no geral, é ainda limitada e muito concentrada no Sudeste brasileiro. O que não responde à demanda crescente de novos negócios atuando nas demais regiões do país e, principalmente, fora das capitais.

Iniciativas de fortalecimento regionais, que reúnem organizações de apoio financeiro e não financeiro em uma única plataforma de apoio ao empreendedor com visão estruturante de longo prazo, têm tido êxito na descentralização deste tipo de oferta, além de conseguir customizar os programas para atender diferentes perfis e problemas de negócio. Aqui destacamos a Plataforma Parceiros Pela Amazônia (PPA), um reconhecido programa de aceleração e investimento em negócios de impacto na Amazônia que, desde 2018, reúne diversos atores regionais e internacionais que acreditam no protagonismo do setor privado para soluções para a região.

3.4. NEGÓCIOS DESTAQUES DO MAPA 2021 NAS 6 VERTICAIS DE IMPACTO

Nas chamadas de negócios realizadas pela Pipe tivemos a oportunidade de conhecer muitas ideias sendo trazidas à vida por **empreendedores extraordinários**, de Norte a Sul do país e mesmo estrangeiros que vieram empreender por aqui. Nesta edição do Mapa decidimos apresentar um negócio de destaque para cada uma das verticais da Pipe, aproveitando a audiência deste relatório (sim, estamos falando com você) para ilustrar um pouco do que são as verdadeiras estrelas do ecossistema de impacto: os negócios e seus empreendedores. A seguir algumas soluções que, na visão da Pipe, surpreendem pelo desempenho, inovação e ousadia de suas propostas de impacto.

Libertees Brasil

Belo Horizonte, Minas Gerais

www.liberteesbrasil.com.br



FUNDADORAS:

Marcella Mafra e
Daniela Queiroga Léo

PROBLEMA:

A necessidade de reinserção de mulheres em privação de liberdade na sociedade e as limitadas oportunidades de ofícios para estas mulheres após o cumprimento de suas penas.

SOLUÇÃO:

Uma marca de roupas e acessórios produzidos e desenhados por mulheres em privação de liberdade. As mulheres da Libertees são capacitadas em costura, recebem benefícios de remição de pena, salários por seus trabalhos e acompanhamento de desenvolvimento humano.



Desde 2010, permanece sendo um dos poucos negócios de impacto social voltados à geração de oportunidades e apoio a vasta população de brasileiros em privação de liberdade e, especialmente, mulheres. Problema desafiador para se estruturar uma solução sustentável.

Por A Mais B

São Paulo, SP

<https://poramaisb.com>

FUNDADORES:

Ricardo Madeira e
Fernando Botelho

PROBLEMA:

O baixo uso dos dados e evidências geradas pelos sistemas de ensino público para apoio no planejamento pedagógico e na gestão de salas de aula.

SOLUÇÃO:

Plataforma de integração de evidências relevantes para as escolas, organizadas de acordo com as habilidades prioritárias nos processos de ensino-aprendizagem. A plataforma também se comunica com educadores com orientações e boas práticas de uso de evidências no processo educacional.



Anteriormente sob o nome Tuneduc, a startup conseguiu expandir seus negócios em 2020, fomentando uma cultura de uso de dados e compartilhamento de boas práticas para evoluir na estratégia e gestão de redes públicas de educação.

Foursafe

Rio de Janeiro, RJ

<https://www.foursafe.com>**FUNDADORES:**

Victor Hugo Meirelles de Azevedo e Daniel Morim

PROBLEMA:

Todo tipo de problema urbano decorrente de desastres naturais, como chuvas, alagamentos e deslizamentos de terra.

SOLUÇÃO:

Uma plataforma que monitora perigos ambientais em tempo real. O algoritmo proprietário combina dados de condições naturais de terrenos e regiões, ações humanas em andamento, como obras públicas e dados meteorológicos. A combinação de dados prevê riscos maiores ou menores de incidentes naturais. O aplicativo móvel permite também a alimentação de dados pelos usuários. Ao mesmo tempo, o dashboard permite acompanhamento de dados de mobilidade urbana.



Em diversos pontos do Brasil milhares de pessoas são vítimas de deslizamentos todos os anos. Uma plataforma que passe a prever de forma precisa esse tipo de evento – combinando dados de diversas fontes, incluindo os de usuários – e alertar a todos, pode salvar vidas.

Provi

São Paulo, SP

**FUNDADORES:**

Fernando Issa Franco, Mario Perino e Luciano Krebs

PROBLEMA:

Os desafios de brasileiros de baixa renda de financiarem seus estudos em geral, e seus cursos profissionalizantes em particular.

SOLUÇÃO:

Oferecimento de crédito pessoal para financiamento de cursos em diversas modalidades, incluindo financiamento com pagamento após o aluno ser empregado e mesadas para universitários até o fim da graduação. As análises de crédito incluem variáveis além das tradicionais, considerando o potencial do aluno.



Um dos destaques em crescimento do negócio no ano de 2020, em plena pandemia, já conta com 99 funcionários e recebeu investimentos para acelerar seu crescimento. A análise de crédito mais abrangente pode significar a inclusão de ainda mais alunos em cursos relevantes. Ao mesmo tempo, a possibilidade de financiar cursos de curta duração amplia o leque de opções desses alunos, para além do ensino superior.

OPSICO

São Paulo, SP

<https://www.opsicoapp.com>**FUNDADORES:**

Fábricio Galdino

PROBLEMA:

Os diversos tipos de transtornos emocionais que acometem milhões de pessoas no mundo e desafio de acesso a serviços de psicologia.

SOLUÇÃO:

Plataforma de contratação e prestação de serviços psicológicos, com terapeutas de diversas especialidades. A plataforma também oferece modalidades de planos de saúde mental para empresas interessadas em beneficiar seus colaboradores.



É difícil fazer justiça na hora de apontar um destaque de impacto em Saúde num momento como este. Optamos pelo OPSICO pela possibilidade de se dar acesso a um serviço muito importante e ainda mais urgente em momentos de crise como o que vivemos: terapias conduzidas por psicólogos.

Raízs

São Paulo, SP

<https://www.raizs.com.br/>**FUNDADORES:**

Tomas Abrahao, Bianca Reame, Luis Fontes e outras três pessoas

PROBLEMA:

Os elevados índices de pobreza de famílias que vivem da agricultura familiar.

SOLUÇÃO:

Plataforma de comercialização de produtos de agricultores familiares, com identificação da cadeia produtiva. A plataforma também viabiliza doações para as famílias e destina 10% do resultado financeiro da empresa para as mesmas.



Um dos destaques de crescimento de faturamento em 2020 com uma forma inovadora de ampliar seu impacto, a partir da destinação de parte do resultado financeiro para as famílias.

CAPÍTULO 04

“Faltam evidências para convencermos mais empreendedores, investidores, gestores públicos e lideranças corporativas a atuar com impacto socioambiental positivo. E uma das respostas a essa lacuna passa pela capacidade dos atuais negócios de impacto produzirem resultados de impacto mensurados que possam ser divulgados e debatidos. O amadurecimento e expansão da agenda de impacto no Brasil passa também pela transparência e qualidade das conversas entre os empreendedores e seus investidores, clientes e beneficiários. Mas antes de responsabilizar apenas o empreendedor por essa tarefa, é preciso que as organizações de apoio estruturem ferramentas e metodologias, além de fomentar fóruns que possam facilitar esse diálogo.”

DIOGO QUITÉRIO, COORDENADOR DO ICE E DA ALIANÇA PELO IMPACTO

Um olhar para o Impacto

- Esta terceira edição do Mapa reflete os esforços do ecossistema em ampliar a cultura do empreendedorismo de impacto e, principalmente, conscientizar o empreendedor da importância de fazer a gestão da transformação positiva que gera desde o início de sua jornada. Assim como, aproveitar as oportunidades e inovações disponíveis em outros mercados que podem ajudar a escalar seus negócios e consequentemente o impacto, lançando mão, por exemplo, do uso de tecnologias emergentes.

4.1. DADOS GERAIS DO IMPACTO NOS NEGÓCIOS MAPEADOS

O uso real de tecnologias na solução de impacto e o acompanhamento da transformação gerada aparecem mais entre os negócios em fases maduras da jornada e com histórico de investimento e aceleração. Tanto a presença de um investidor, como de uma aceleradora de negócios, podem ser o gatilho para gerar esta cultura de inovação. Quão mais cedo, durante sua jornada de negócios, o empreendedor entende a relevância da tecnologia para escalar seu impacto e monitorar essa realidade, mais chances tem de chamar a atenção de diversas organizações de apoio e investidores que vislumbram esse crescimento.

Visão de Impacto

Os empreendedores tendem a escolher duas ou até mais verticais de impacto para suas soluções. Desta forma, a alta menção para a agenda cívica (que inclui desafios de gestão de governo, engajamento cívico, inclusão social, questões de diversidade, gênero e direitos e deveres do cidadão) pode ser explicada não só pelos impactos do core business, mas pelo impacto adicionais dos negócios posicionados em outras verticais como saúde e educação. Já as tecnologias verdes continuam em ascensão, sendo um universo muito frutífero para o Brasil, país com um enorme potencial ambiental.



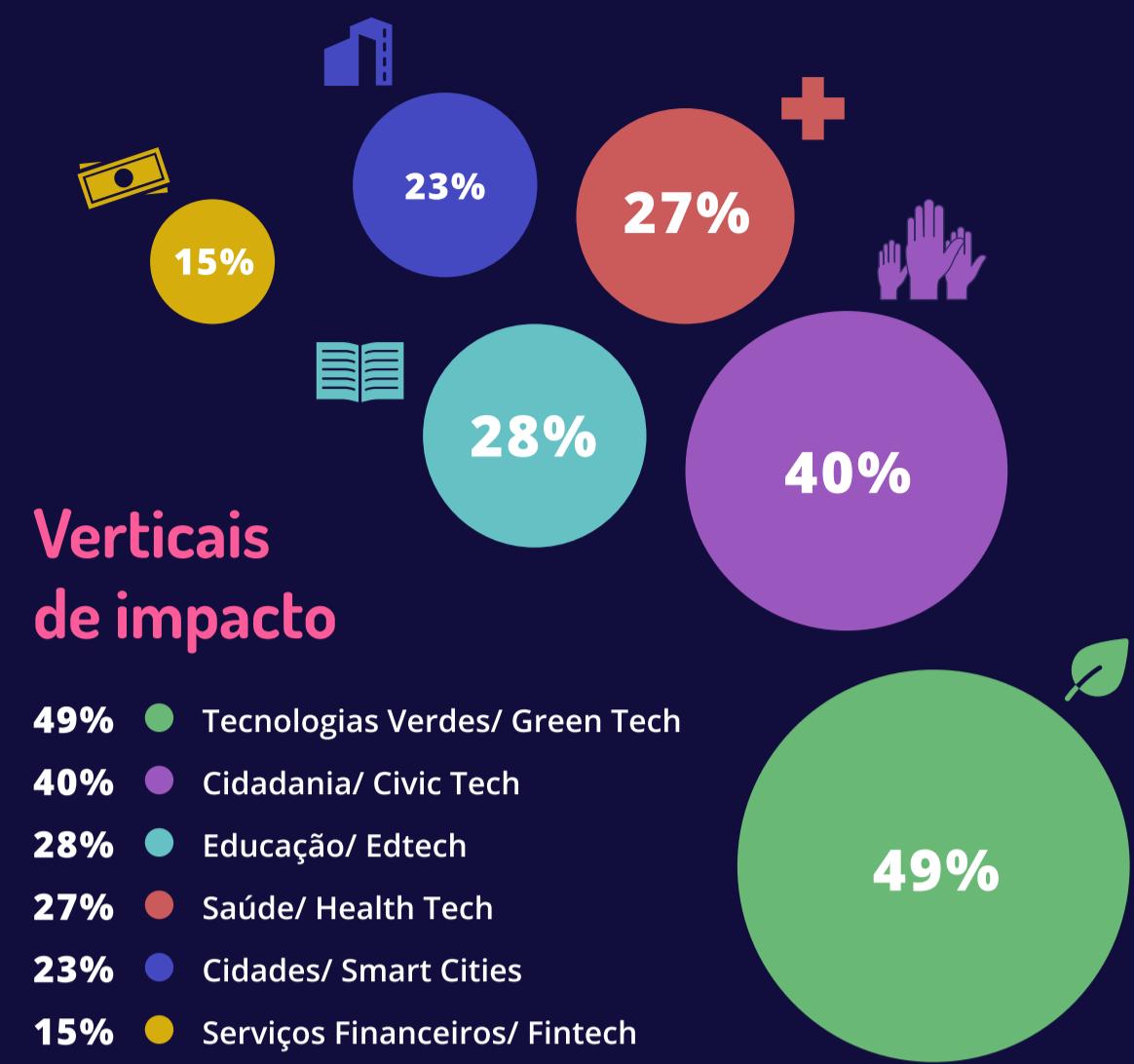
[Click aqui e aproveite para ler nosso relatório Mapa Ambiental.](#)
mapaambiental2021.pipelabo.com

Dentre as ODSs endereçadas pelos empreendedores, nota-se neste terceiro mapeamento uma clara redução de soluções para energia limpa e acessível. E continua a haver um número restrito de soluções atuando nos desafios de acesso à justiça, de conservação e uso sustentável dos recursos marinhos e dos ecossistemas terrestres e, assim como no desafio de acesso à água potável e saneamento básico. Para este último, porém, o cenário promete mudar rapidamente impulsionado pelo novo marco regulatório para o setor (*Lei nº 14.026/2020*) que busca solucionar o ainda alto déficit da cobertura dos sistemas de saneamento básico no país.

Tecnologias de impacto

8 em cada 10 empreendedores mapeados declaram utilizar tecnologias inovadoras na sua solução de impacto socioambiental. Importante ressaltar que essa leitura leva em consideração inclusive negócios em fase de ideação que ainda não enfrentaram na prática os desafios de desenvolvimento que algumas destas soluções impõem.

- 31% Inteligência artificial
- 31% Big Data
- 23% Internet das coisas
- 23% Geolocalização
- 18% Chatbot
- 16% Biotech
- 13% Energias renováveis
- 9% Blockchain
- 8% Realidade Mista



Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU



10%	Erradicação da pobreza
13%	Fome zero e agricultura sustentável
36%	Saúde e bem-estar
23%	Educação de qualidade
12%	Igualdade de gênero
8%	Água potável e saneamento
6%	Energia Limpa e acessível
35%	Trabalho decente e crescimento econômico
20%	Indústria, Inovação e Infraestrutura
34%	Redução das desigualdades
34%	Cidades e comunidades sustentáveis
39%	Consumo e produção responsáveis
21%	Ação contra a mudança global do clima
5%	Vida na água
7%	Vida terrestre
6%	Paz, justiça e instituições eficazes
12%	Parcerias e meios de implementação
1%	Não declarado

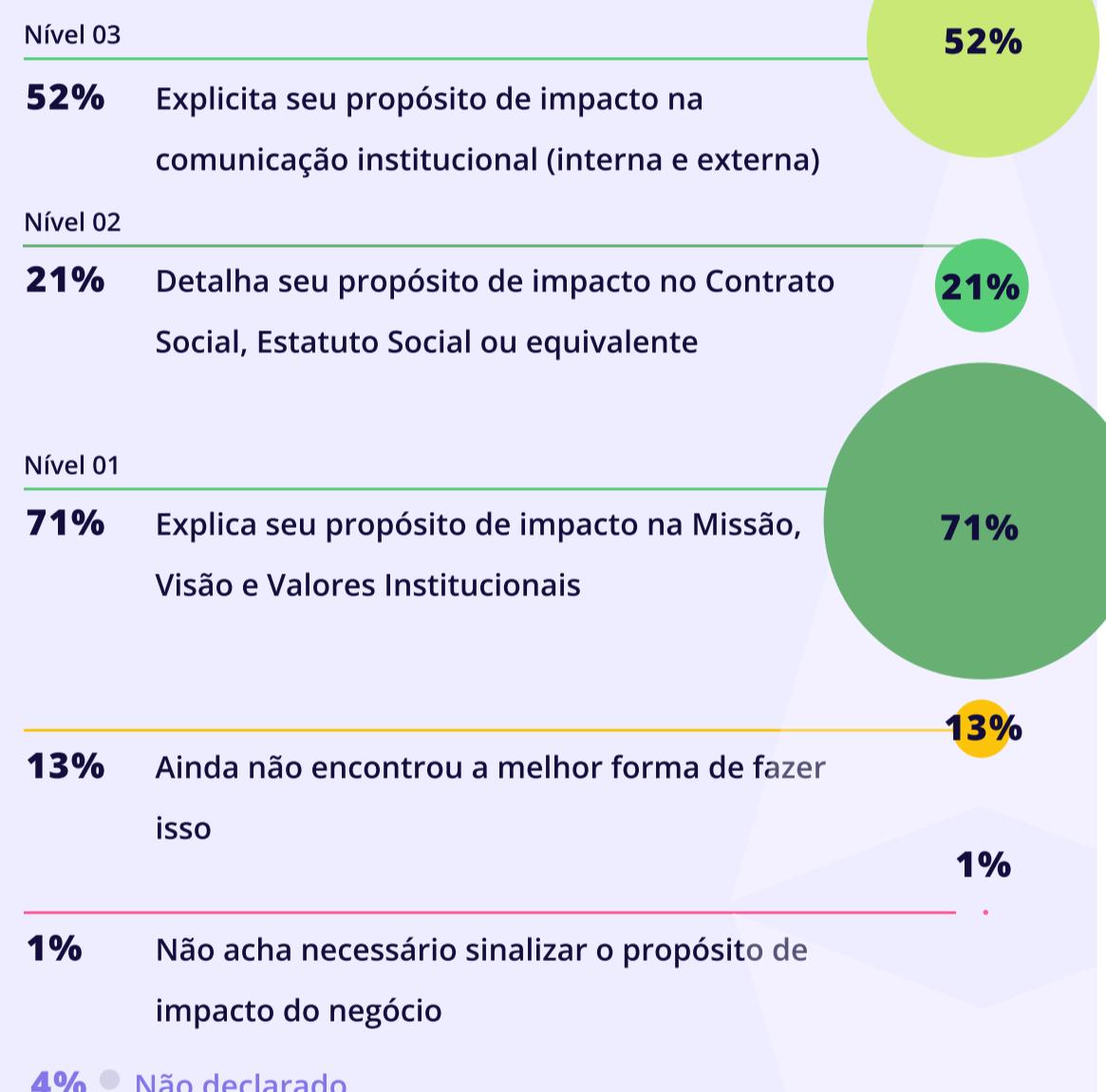
- 16% Outras
- 3% Não declarado
- 21% Não utilizam tecnologia na solução

Patente

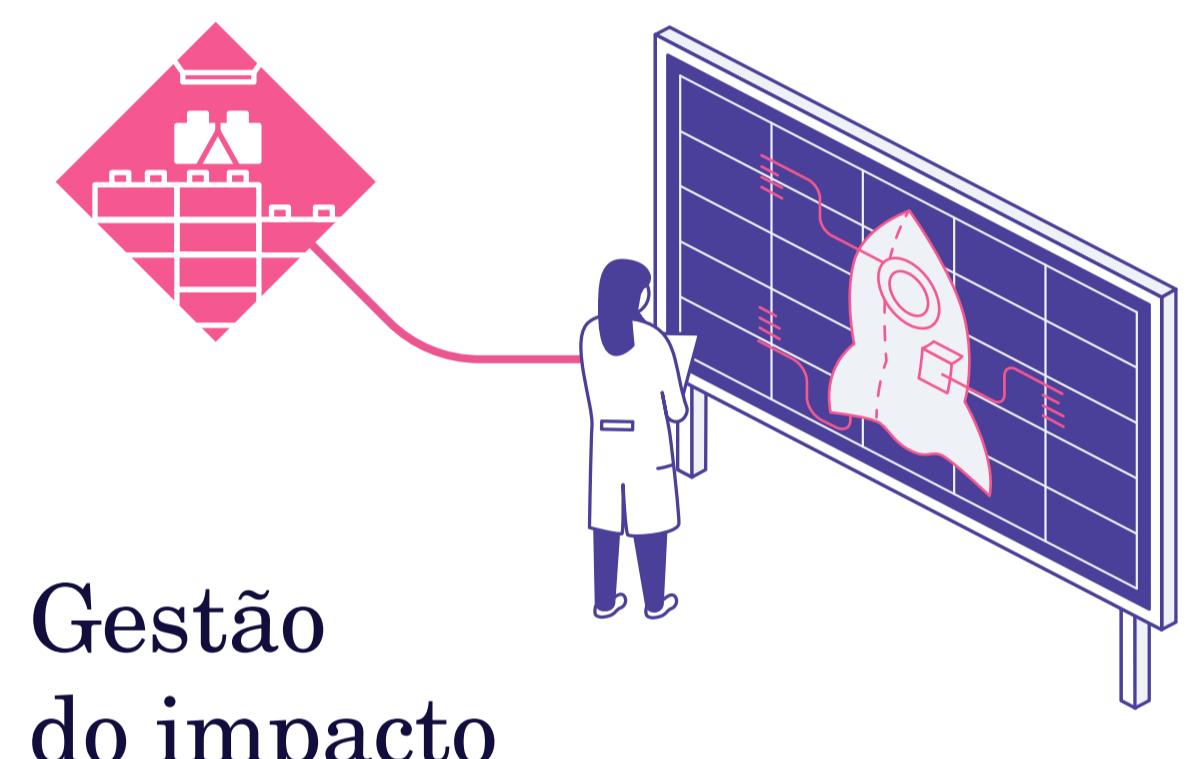
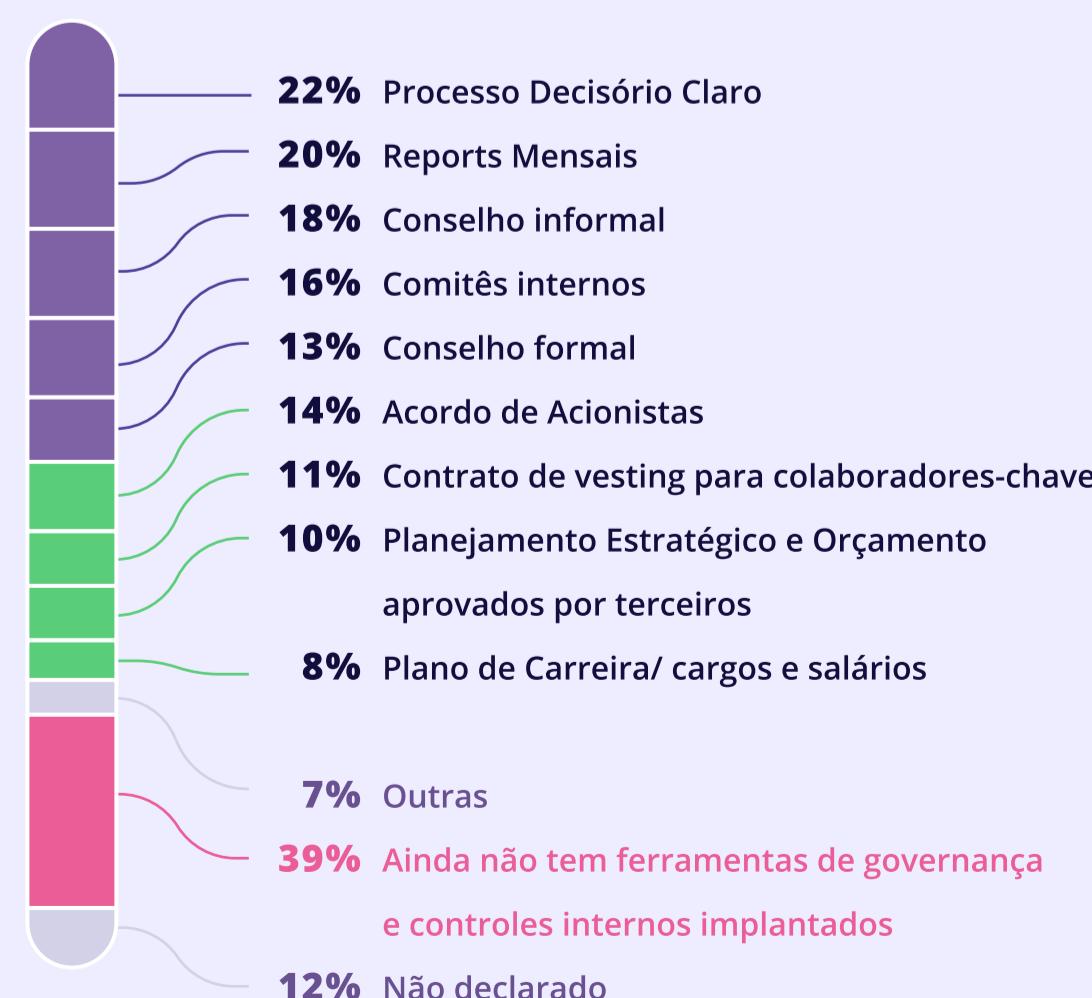
Dentro do espectro de negócios de base tecnológica, 27% da amostra mapeada já tem patente de sua solução ou está em processo de pedido ou em um estágio inicial dessa avaliação. Os demais negócios se distribuem entre aqueles que declaram que faria sentido ter esse registro (26%), que não faria sentido dentro do seu modelo (45%) e; 2% não responderam à questão.

Uma leitura mais aprofundada dos 9% de negócios que já têm um registro de patente, revela uma maior concentração nas verticais de Tecnologias Verdes e Cidades, nas regiões do Sul e Norte do país, entre negócios com fundadores homens e em fases de tração e escala com faturamento acima de R\$1,1 milhão, já acelerados e investidos, com modelo de negócio focado em B2B e B2G e, também com processo de acompanhamento do impacto que geram.

Intenção de impacto



Práticas de governança



Gestão do impacto

O empreendedor se mostra mais maduro e consciente da importância de se posicionar como um promotor de impacto socioambiental, colaborando assim para o fortalecimento e diferenciação do setor. Os negócios que explicitam seu propósito de impacto em toda a sua comunicação institucional (interna e externa) tendem a ter uma liderança feminina e estarem em fases mais avançadas da jornada; também é um grupo que foi mais acelerado e investido, se comparado com a base geral.

Contudo, ir além desse posicionamento e alcançar uma estrutura de governança e de gestão do impacto é algo que depende inteiramente da curva de maturidade do negócio. Aqueles que já possuem um processo formal e disciplinado de medição de impacto estão em fases de tração e escala e apresentam maiores faixas de faturamento, já foram acelerados, investidos e se concentram nas regiões Sudeste e Nordeste do país.

O monitoramento de emissões de gases de efeito estufa é um tema que precisa ganhar mais conhecimento e aprendizado entre os negócios, já que apenas um percentual muito pequeno da base mapeada se compromete com este tipo de inventário.

Acompanhamento do impacto

Contrata uma auditoria e comunica os resultados
Nível 04

Tem um processo formal de pesquisa para medir seu impacto e comunica os resultados
Nível 03

Tem um processo formal de pesquisa para medir seu impacto
Nível 02

Definiram indicadores mas ainda não medem
Nível 01

Ainda não definiram indicadores

1% Não acha necessário acompanhar e reportar seu impacto

2% Não declarado

1%

8%

13%

33%

42%

Acompanhamento das emissões de gases de efeito estufa (inventários de GEE)

Realiza o inventário da operação, de sua cadeia de valor e da pegada de carbono do seu produto/serviço
Nível 03

Realiza o inventário da operação e de sua cadeia de valor
Nível 02

Realiza o inventário da operação
Nível 01

Ainda não realiza inventários de GEE, mas tem a intenção

9% Não acha necessário realizar inventários de GEE na organização

3% Não sabe o que significa

64% Não declarado

1%

0%

2%

21%

4.2. MERCADO DE TECNOLOGIAS DE IMPACTO

“A tecnologia continua a revolucionar o significado de renda. Um dólar hoje, por mais que seja heroicamente ajustado pela inflação, compra muito mais melhorias para a vida do que um dólar ontem. Compra coisas que não existiam, por exemplo, refrigeração, eletricidade, instalações sanitárias, vacinas, telefones, contracepção, viagens aéreas, e transforma coisas que já existem, como uma linha telefônica comum intermediada por uma telefonista em um smartphone com tempo de ligação ilimitado.”

STEVEN PINKER, NO LIVRO O NOVO ILUMINISMO, FALANDO DO PROGRESSO E TECNOLOGIA, 2018

O desenvolvimento de tecnologias para solucionar os problemas socioambientais que vivemos hoje é uma pauta contínua dos Mapas de Impacto da Pipe. Existe uma crença no mercado de que a união de inovação e tecnologia pode ser uma oportunidade para caminharmos para melhores números e resultados associados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável traçados para 2030. Não há dúvidas que temos visto e que ainda veremos muitas soluções surgirem dessa visão propositiva do uso de big data, internet das coisas, inteligência artificial, machine learning etc.

O movimento é mundial e chamou a atenção nos últimos anos o surgimento do termo ‘Tecnologias de Impacto’, ou *impact tech*, que vem fazendo coro aos negócios de impacto.

Para os pesquisadores franceses da publicação The Frontiers of Impact Tech, Good Tech Lab, em Junho de 2019, a definição do termo seria:

IMPACT TECHS :

“O USO INTENCIONAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARA BENEFICIAR PESSOAS E O PLANETA”.

Impact Techs :

“O uso intencional de ciência e tecnologia para beneficiar pessoas e o planeta”.

O desenvolvimento e investimento no setor de Impact Techs pode ser um caminho para mitigar e resolver parte dos desafios socioambientais indicados pela ONU.

"Ciência, tecnologia e empreendedorismo podem ser nossos curingas. Impact Tech está crescendo em todos os lugares, fornecendo pontos de alavancagem para abordar quase cada um dos ODS", diz o relatório da Good Tech Labs.

Em todo o mundo as Impact Techs estão crescendo, sob a influência de vários fatores como:

- convergência entre tecnologias e o mundo de impacto
- o sentimento de urgência com relação aos desafios globais
- mais incentivos econômicos
- a crescente influência das novas gerações como consumidores, trabalhadores e investidores mais conscientes
- as possibilidades oferecidas pelas tecnologias emergentes

Muitos detalhes desses fatores vamos abordar melhor no capítulo: **O Impacto Não é Mais Nicho**, neste relatório.

As tecnologias de impacto também são referência para pesquisadores brasileiros de alcance internacional responsáveis pelo Envisioning Horizons. O projeto propõe-se a também tangibilizar os caminhos tecnológicos que podem resolver os desafios dos 17 ODS da ONU, com prazo para 2030, por meio de uma visualização interativa, uma ferramenta para descobrir essas tecnologias e tendências.

(Veja detalhes aqui <https://radar.envisioning.io/horizons/>).

Entre os temas que os pesquisadores levantam como o futuro dos ODS estão: manufatura aditiva e robôs; inteligência artificial e computação quântica; veículos autônomos; biotecnologia, redes de computadores e segurança de dados; realidade aumentada; tecnologia de registros distribuídos (como *blockchain*); internet das coisas; e novos materiais e nanotecnologia.

Destaques 2021

No Mapa 2021, vemos poucos saltos do uso ou pesquisa de tecnologias para soluções de impacto. Mais negócios declararam utilizar em seus modelos Big Data (27%, em 2019 e 31%, em 2021) e Inteligência Artificial (26%, em 2019 e 31%, em 2021), sem grandes saltos. Assim como mais negócios se dizem interessados pelo uso das tecnologias em suas soluções, de 25% em 2019, foi para 21% o volume de empreendedores que declararam não fazer uso de tecnologia se quer.

Um ponto que chama atenção na análise das tecnologias no Mapa 2021 é o uso de Geolocalização, 23%, como ferramenta de suporte para serviços e produtos. A percepção da equipe da Pipe sobre esse dado diz muito sobre os caminhos que se abriram na pandemia do COVID-19 para muitos empreendedores que se viram obrigados a viabilizar soluções de entrega (*delivery*), rastreamento e trabalhos a distância. Muitas das soluções de *e-commerce* e aplicativos para atendimento remoto lançam mão do uso da geolocalização para certificar e otimizar os serviços.

Por outro lado, não houveram grandes aumentos nas soluções apontadas como tendências para impacto, segundo a Envisioning, que seriam Internet das Coisas (22% em 2019, 23% em 2021) *Biotech* (14% em 2019, 16% em 2021) e *Blockchain* (8% em 2019, 9% em 2021). Fica claro ainda uma grande oportunidade de incentivo e mergulho nessas ferramentas que podem endereçar os desafios que precisamos mitigar e resolver até 2030.

Em publicação recente, produzida pela Climate Ventures e Pipe.Labo, “**A Onda Verde: oportunidades para empreender e investir com impacto ambiental positivo no Brasil**”, chamamos atenção para o uso de tecnologias para solucionar, em especial, os principais desafios ambientais do Brasil. O estudo traz uma matriz inédita que sintetiza 30 oportunidades de negócios em sete setores-chave desta agenda. A íntegra do estudo pode ser acessada no site: <http://aondaverde.com.br/>.

Abaixo, vamos destacar alguns dos caminhos levantados por pesquisadores do Good Tech Lab, especializados em tecnologias de impacto, para mitigação dos desafios levantados pelos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU:



ODS 1 ERRADICAÇÃO DA POBREZA

- Conectividade móvel para inclusão financeira.
- Registros digitais de suporte aos pobres garantindo por exemplo direitos relativos à identidade e registros de terra e endereço.
- IoT, drones e aprendizado de máquina para redução de risco de desastres.



ODS 3 SAÚDE E BEM-ESTAR

- Saúde digital para melhorar os cuidados preventivos, cuidados posteriores, suporte de qualidade de vida.
- Novos dispositivos de diagnóstico e ferramentas de IA para a detecção precoce de doenças de forma rápida, acessível e não invasiva.
- Edição de genoma aplicada à medicina, como terapias genéticas aprimoradas, vacinas genômicas e unidades genéticas.
- Análise de *Big Data* e aprendizado de máquina para epidemiologia, pesquisa médica e medicina de precisão.
- Plataformas de tecnologias emergentes, como medicina regenerativa, terapias de microbioma e nanomedicina.



ODS 2 FOME ZERO

- Agricultura de precisão, fazendas robóticas e biotechs para uma agricultura sustentável.
- Tecnologias digitais de análises de solo, plantas, tempo e crédito para pequenos agricultores.
- Tecnologias pós-colheita para aumentar a preservação de alimento.
- Biotech para novas fontes de proteína para alimentar para humanos e animais.
- Ciência alimentar e genômica para safras com maior valor nutricional.



ODS 4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE

- Soluções de salas de aula digitais que capacitam professores e alunos.
- Plataformas de aprendizagem ao longo da vida.
- Escolas alternativas e bootcamps para codificação.
- Novos meios de aprendizagem, como VR, videogames e kits de experimentação práticos.



ODS 5 IGUALDADE DE GÊNERO

- Aplicativos e dispositivos de segurança para mulheres.
- Serviços digitais e produtos de tecnologia para saúde feminina e reprodutiva.
- Soluções digitais para dar suporte a mulheres no trabalho.



ODS 6 ÁGUA E SANEAMENTO

- Bombas, coletores e geradores que colhem água doce de aquíferos e da umidade atmosférica.
- Tecnologias de purificação de água para uso, filtração, dessalinização, tratamento circular de águas residuais.
- Soluções sanitárias, sem água, que permitem saneamento seguro em áreas urbanas.
- Sistemas e processos eficientes de gestão de água para agricultura, indústria e residências.
- Gestão do abastecimento de água usando sensoriamento remoto, imagens de satélite e tecnologias de rastreamento de água.



ODS 7 ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL

- Soluções de acesso à energia, como energia solar *pay-as-you-go*, microrredes e fogões de cozinha melhorados.
- Energia renovável avançada: mais eficiência de células fotovoltaicas, melhores turbinas eólicas, sistemas geotérmicos aprimorados etc.
- Avanços no armazenamento de energia para veículos elétricos e balanceamento de redes.
- Grids inteligentes e tecnologias de ponta para aumentar a eficiência energética.
- Plataformas de fintech para financiar infraestrutura de energias renováveis e desbloquear o comércio de energia ponto a ponto.



ODS 8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO

- Logística sustentável, incluindo navios de contêineres limpos, dirigíveis de carga e entregas de suprimentos médicos por drones.
- Tecnologias de acesso à Internet em áreas remotas.
- Tecnologias avançadas para a indústria sustentável: manufatura aditiva, biofabricação.



ODS 9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA

- Logística sustentável, incluindo navios de contêineres limpos, dirigíveis de carga e entregas de suprimentos médicos por drones.
- Tecnologias de acesso à Internet em áreas remotas.
- Tecnologias avançadas para a indústria sustentável: manufatura aditiva, biofabricação.
- Financiamento de PMEs baseado em dados para mercados em desenvolvimento.





ODS 10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

- Tecnologias assistivas para melhorar a vida de pessoas com deficiência.
- Ferramentas e iniciativas para disseminar os "dividendos digitais" de forma mais ampla, como programas de alfabetização digital e estruturas de propriedade destinadas a descentralizar ganhos de capital na economia digital.



ODS 11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS

ODS 11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS

- Agricultura de precisão, fazendas robóticas e biotechs para uma agricultura sustentável.
- Tecnologias digitais de análises de solo, plantas, tempo e crédito para pequenos agricultores.
- Tecnologias pós-colheita para aumentar a preservação de alimento.
- Biotech para novas fontes de proteína para alimentar para humanos e animais.
- Ciência alimentar e genômica para safras com maior valor nutricional.



ODS 12 CONSUMO E PRODUÇÃO SUSTENTÁVEIS

- Soluções digitais para reduzir o desperdício de alimentos.
- Reutilização, reparo e atualização de produtos com uso de tecnologias digitais, modelos de negócio circulares e projetos modulares.
- Materiais e produtos químicos sustentáveis
- Tecnologias de varejo responsáveis, como cooperativas online, classificações de sustentabilidade de produtos e blockchain para certificar cadeias de abastecimento éticas
- Fintechs para consumo sustentável, como bancos digitais éticos etc.



ODS 14 VIDA NA ÁGUA

- Tecnologias de limpeza marítima para remoção de poluição e plásticos.
- Prevenção de plástico oceânico por meio de materiais biodegradáveis, reciclagem digitalizada e outros modelos circulares.
- Proteção da biodiversidade marinha, usando satélites e inteligência artificial para monitoramento
- Restauração do ecossistema costeiro, incluindo engenharia genética para fortalecer recifes de coral e drones para restaurar manguezais
- Soluções sustentáveis para frutos do mar, como rastreabilidade via blockchains, sistemas de aquicultura aprimorados, com alimentação à base de plantas etc.



ODS 13 AÇÃO CLIMÁTICA

- Energia, agricultura, indústria, transporte e edifícios descarbonizados.
- Remoção de carbono por meio de soluções de engenharia, como captura direta de ar, captura e uso de carbono.
- Remoção de carbono por meio de soluções naturais e híbridas como biocarvão e a restauração de ecossistemas naturais.
- Tecnologias de adaptação ao clima, especialmente para a resiliência da agricultura em áreas urbanas.



ODS 16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES

- Dados e algoritmos para paz e justiça: previsões de crimes, sistemas de alerta precoce para proteger civis durante conflitos ou ferramentas para investigar violações de direitos humanos e identificar vítimas mais rapidamente.
- Tecnologias remota anti-minas, incluindo drones.
- Soluções governamentais digitais para aumentar a qualidade de serviço público, e para reduzir a corrupção nas aquisições.
- Plataformas Civic Tech para garantir transparência e instituições responsáveis, e aumentar o cidadão participação.
- Verificação automatizada de fatos contra notícias falsas.



ODS 15 VIDA TERRESTRE

- Ecossistemas terrestres e monitoramento da vida selvagem.
- Ciência da conservação computacional, incluindo modelagem e análise de solo, plataformas de dados geoespaciais e bancos de dados genômicos de biodiversidade.
- Tecnologias de reflorestamento e ecologização do deserto.
- Fintechs para restauração de ecossistemas, via plataformas de investimento de impacto, cripto-tokens e muito mais.



ODS 17 PARCERIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO

- Soluções Fintech para mobilizar financiamento adicional de ODS em países em desenvolvimento.
- Plataformas de colaboração online para pesquisa de tecnologia e capacitação em desenvolvimento sustentável.
- Colaborações de dados, incluindo programas de dados abertos, filantropia de dados etc.

CAPÍTULO 05

Learning by Doing: 6 anos do Mapa de Impacto

→ A Pipe.Social nasceu, em 2016, com a visão de mapear e fomentar o *pipeline* de negócios de impacto socioambiental no país. O primeiro Mapa de Negócios de Impacto, no Brasil, foi publicado em 2017 (acesse www.pipelabo.com para ler mais) e foi o que deu visibilidade a este trabalho que temos feito há 6 anos, de conhecer a realidade dos empreendedores de impacto do país, levantar oportunidades para o setor, dar mais suporte a esse universo de negócios e apresentar desafios a serem superados por meio de dados e uma leitura técnica do mercado.



A missão, em 2017, era apresentar o *pipeline* de negócios que surgia e que não era teoria ou tendência, e sim uma prática por todo país. E fomos aprender sobre ele com as organizações que nos apoiaram e com os empreendedores que disponibilizaram informações. Em 2019, quando lançamos o 2º Mapa de Impacto, o mercado já era uma realidade inquestionável e crescente, mas ainda precisávamos debater mais sobre conceitos que definem os próprios negócios e ajudar o empreendedor a entender as lógicas e os mecanismos de apoio e investimento disponíveis no mercado. Descer mais um nível na compreensão da dinâmica desse *pipeline* jovem, mas pulsante, que precisava entender mais sobre como estruturar um negócio, os diversos recursos disponíveis e as tecnologias para escalar soluções. Aprendemos com quem estava experimentando e estudando esses desafios para torná-los oportunidades.

Para esse 3º Mapa, somamos o conhecimento do campo apresentado neste estudo com as oportunidades de trabalho e coconstrução com os mais de 150 parceiros que influenciaram a Pipe e o mercado nesses seis anos.

Graças aos diversos trabalhos realizados, entre mentorias, pesquisas e chamadas de negócios, a plataforma www.pipe.social hoje existe com mais de 5 mil negócios de impacto cadastrados e monitorados quanto ao perfil de sua solução, modelo de negócio e operação, visão e medição de impacto e apoios buscados na jornada.

Ter dados e tantas informações nas mãos levou a Pipe a desenvolver uma visão estratégica do mercado, entendendo oportunidades e desafios reais para organizações intermediárias do setor, investidores e também, empreendedores. Aliando essa visão à demanda de um setor em crescimento e carente de informações, traduções e transparência, que também busca se comparar a seus pares na América Latina e no mundo, nasce a **Pipe.Labo**, o maior centro de estudos e conhecimento aplicado sobre o mercado de impacto no Brasil www.pipelabo.com. O futuro da Pipe é continuar realizando mapeamentos quantitativos e qualitativos de soluções e negócios de impacto; apoiando o campo na tradução de conceitos, construção de ferramentas e identificação de cenários para fomento do setor e desvendando novos mercados e oportunidades para o investimento social e tecnológico no país.

A PIPE LABO ATUA EM 4 FRENTEIS:



Nosso muito obrigado a todos que vêm nos apoiando nessa jornada.

5.1. EVOLUÇÃO DO PIPELINE 2017 X 2019 X 2021

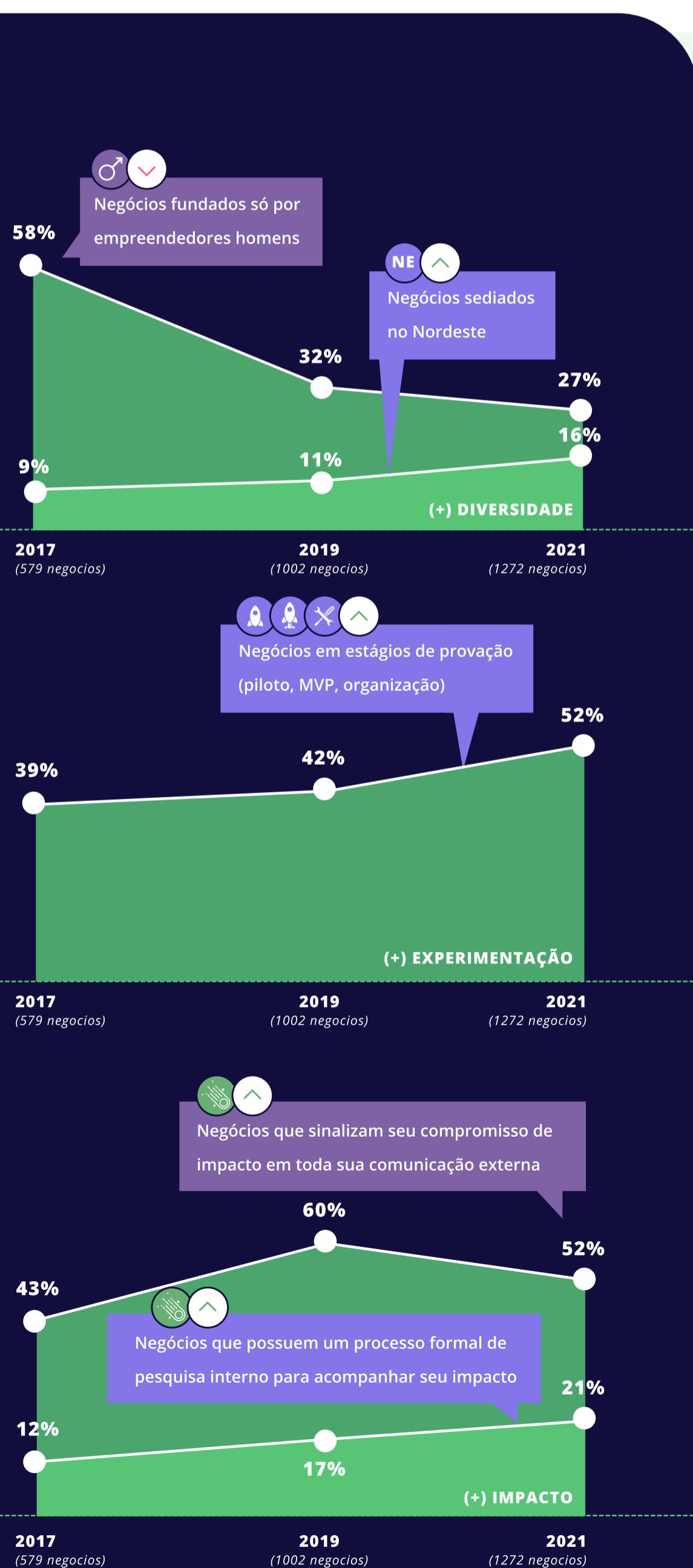
A leitura comparativa das três edições do Mapa de Impacto Socioambiental revela um *pipeline* que, em aspectos gerais, ainda está em formação. Como descrito acima, este setor que antes emergia como uma tendência – e não só no Brasil como no mundo todo –, agora tem uma organização e cadência, buscando sua maturidade, ao mesmo tempo que enfrenta desafios estruturantes.

A maior base dos negócios encontra-se em fase de desenvolvimento, buscando recursos financeiros e apoios formativos para atravessar o vale da morte e escalar.

O desafio de trazer mais diversidade para o setor – tanto em relação ao perfil do empreendedor de impacto, quanto à região do país de onde ele empreende – é, como já foi dito também, um desafio cultural e transversal ao universo empresarial brasileiro.

Por outro lado, mesmo ainda jovem, o setor de impacto já registra importantes benchmarks e casos de exit de investidores, provando que investir e fomentar o impacto positivo é também interessante do ponto de vista de negócio. E, na análise histórica desses últimos 6 anos de mapeamento, conseguimos identificar importantes passos dados – e desafios que ainda perduram – para um desenvolvimento mais rápido e robusto deste cenário.

(+) Quais os avanços significativos entre os Mapas 2017-2019-2021?



(+) DIVERSIDADE

O fortalecimento do Nordeste do país na agenda de impacto colabora para o desafio de descentralização do setor e reflete ações de importantes coalizões entre organizações da sociedade civil, governo, empresas e investidores. Aqui, destacamos a bem sucedida articulação que vem sendo realizada pela plataforma Impacta Nordeste, que conecta, capacita, divulga e mobiliza negócios de impacto, projetos sociais e ações de responsabilidade social que transformam positivamente a região.

O fomento das temáticas de diversidade e equidade de gênero nos setores produtivos da sociedade parecem ressoar no ecossistema de impacto, com a transição de um perfil de empreendedor predominantemente masculino que agora abre espaço para outros gêneros.

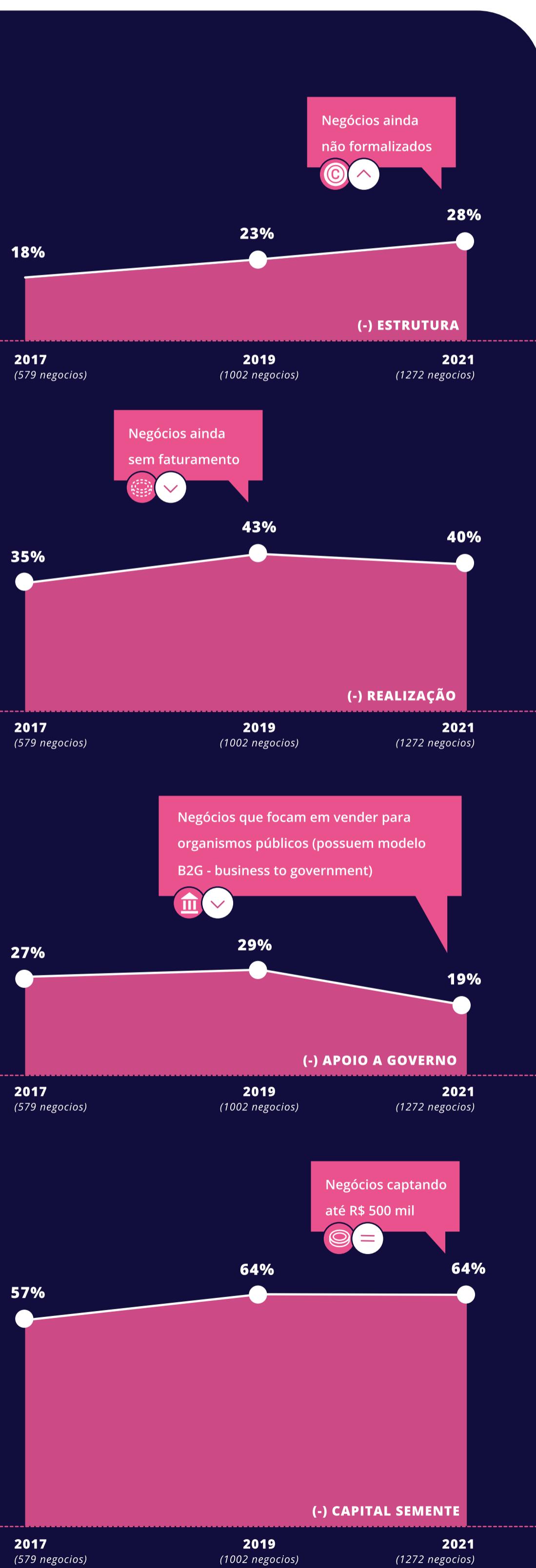
(+) EXPERIMENTAÇÃO

Mesmo ainda sem apresentar um faturamento sólido e consistente, há uma importante base de negócios de impacto que se move, ao longo desses 6 anos, de uma fase de ideação para estágios de desenvolvimento e provação. Muitos desses são os que recebem apoios de incubadoras e aceleradoras na busca de uma solução que seja eficiente e um modelo que seja sustentável. E também as primeiras apostas de investidores-anjo e premiações temáticas de negócios de impacto – todas importantes chancelas para se conseguir avançar pela jornada.

(+) IMPACTO

Os esforços do ecossistema em informar e incentivar o empreendedor a se reconhecer como promotor de impacto socioambiental e, principalmente, medir e reportar a transformação que gera se refletem na visão histórica do Mapa. A publicação “O que são Negócios de Impacto: características que definem empreendimentos como negócios de impacto”, lançada pela Pipe e Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto, no final de 2019, trouxe contorno para este conceito e alinhamento entre as organizações do setor pautando, inclusive, a agenda federal da Estratégia Nacional de Negócios de Impacto (ENIMPACTO). Outras relevantes publicações e ferramentas têm sido também produzidas por diversos atores para apoiar o empreendedor na construção da sua tese de impacto e elaboração das métricas de acompanhamento do mesmo.

(-) Quais os maiores entraves que persistem entre os Mapas 2017-2019-2021?



(-) ESTRUTURA

Os desafios do universo empreendedor brasileiro continuam se refletindo em um número considerável de negócios sem formalização. Ao contrário de outros países como os Estados Unidos ou Portugal, onde o processo de abertura de uma empresa é extremamente simples e rápido, no Brasil a burocracia existente é uma grande barreira para os empreendedores no início da jornada. Além disso, os altos custos de se manter uma empresa aberta, nem que seja no papel, são evitados até que haja uma entrada mais certa de recursos financeiros.

(-) REALIZAÇÃO

Um *pipeline* onde 8 em cada 10 negócios continuam entre os estágios de desenvolvimento da solução até organização de negócio, apresenta um percentual relevante de empreendedores sem receita recorrente para conseguir parar o negócio de pé.

(-) APOIO A GOVERNO

Nos últimos dois anos diminuiu significativamente o percentual de negócios que focam em vender para organismos públicos. É já bastante sabido que os processos internos do governo de compra e aquisição de inovação são uma barreira importante a ser vencida, principalmente para as soluções de Educação e Cidadania. Verticais de impacto que poderiam contar com mais govttechs para endereçar seus desafios.

(-) CAPITAL SEMENTE

A demanda por um dinheiro com mais apetite a risco e que ajude o empreendedor a validar sua solução se mantém bastante alta ao longo do tempo. Essa necessidade não é, claro, novidade para o ecossistema de apoio ao empreendedor que vem também nos últimos anos, estudando e experimentando diversos mecanismos e arranjos financeiros para irrigar os negócios mais jovens, no vale da morte.

CAPÍTULO 06

Visão de Futuro: O Mundo no Covid

→ Nesta edição do Mapa, trazemos uma visão inédita dos efeitos da pandemia do COVID-19 no *pipeline* de negócios de impacto. Apesar da extrema dificuldade de se mapear a taxa de mortalidade deste setor, conseguimos constatar, infelizmente, empreendedores que já encerraram suas atividades. Contudo, há uma surpresa no número relevante de negócios que souberam pivotar ou desenvolver novas soluções para as demandas da crise.

"O ano de 2020 será lembrado não apenas pela pandemia, mas também pelo aumento da consciência com relação ao impacto positivo que as empresas devem gerar. O aumento da importância da Agenda ESG (Environmental, Social e Governance), da Agenda dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, o tema Great Reset escolhido pelo Fórum Econômico Mundial e a própria Economia de Francisco, organizada pelo Vaticano, são importantes exemplos de iniciativas mundiais que ilustram esse fenômeno. Estratégias Subnacionais de Investimentos e Negócios de Impacto, como lançaram recentemente os Estados do Rio Grande do Norte, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Paraíba mostram que governos estaduais também estão preocupados com essa agenda. Salvar as pessoas e o planeta entrou definitivamente na ordem do dia do setor empresarial."

LUCAS RAMALHO MACIEL, COORDENADOR DA ESTRATÉGIA NACIONAL DE INVESTIMENTOS E NEGÓCIOS DE IMPACTO - ENIMPACTO

6.1. IMPACTOS DA PANDEMIA NA ECONOMIA MUNDIAL

No dia 11 de Março de 2020 a Organização Mundial da Saúde declara que havia se instalado no mundo uma pandemia do novo coronavírus. Este relatório está sendo publicado em Abril de 2021, quando a doença permanece se alastrando, vitimando milhões de pessoas. Não sendo aqui o espaço para detalhar as diversas abordagens de que países, estados e cidades lançaram mão para combater a propagação do vírus, sabe-se que a imensa maioria dessas tentativas envolveu algum nível de redução dos contatos entre as pessoas, indo desde a redução da capacidade máxima de ocupação de espaços públicos até a efetiva proibição de habitantes de cidades ou regiões inteiras de saírem de suas casas por determinados períodos.

A natureza dessas medidas restritivas deu, em 2020, o tom das profundas mudanças em diversas indústrias, com ganhadores e perdedores. Em todo o mundo, onde havia uma tendência de digitalização, esse processo foi abruptamente acelerado. Segundo o relatório *The World in 2021*, da consultoria McKinsey, publicado ainda em Maio de 2020, “em cerca de oito semanas nós saltamos o equivalente a cinco anos na adoção de tecnologias digitais por consumidores e empresas”.

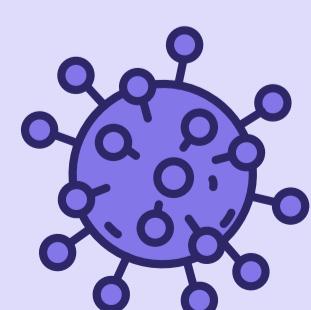
Se, por um lado, cresceram as transações digitais, as reuniões a distância, as compras pela internet e o entretenimento digital – premiando negócios como Adyen, Zoom, Amazon, Magazine Luiza e Netflix –, por outro, agências físicas encerraram as operações, locadores de escritórios ficaram com salas vazias e milhares de negócios do varejo viram suas portas se fecharem pela última vez, com falências emblemáticas como J.C. Penney, Neiman Marcus e L'Occitane. O ramo de entretenimento teve perdas enormes, com a suspensão de grande parte dos grandes e pequenos eventos com público presente. Um marco do setor foi a declaração de falência do Cirque du Soleil. No Brasil, o número de pedidos de falência de recuperação judicial subiram 12,7% em 2020, a maior alta desde a dupla recessão de 2015 e 2016, segundo pesquisa nacional da Boa Vista SCPC. 85% desses foram de micro e pequenas empresas.

É claro que é de se esperar que a crise tenha também afetado gravemente os negócios de impacto brasileiros, sobretudo se considerarmos que os maiores impactos foram sentidos por negócios menores – justamente aqueles que compõem a maior parte da base da Pipe. Ao mesmo tempo, muitos dos negócios aqui mapeados são de base tecnológica e estavam bem posicionados para crescer mesmo em condições tão adversas, tais quais alguns dos grandes citados acima.

6.2. A CRISE NO SETOR DE IMPACTO: OPORTUNIDADE OU DESAFIO

Para produzirmos números que permitissem entender o impacto da pandemia nos negócios de impacto, buscamos três tipos de dados e análises complementares:

- Primeiro, pedimos a todos os negócios da base da Pipe.Social que respondessem ao nosso questionário base e, caso tivessem encerrado, que nos sinalizassem isso.
- Em seguida, no próprio questionário foram inseridas novas perguntas especificamente em busca de compreendermos os impactos e as reações dos negócios ao novo momento. Da amostra geral, **495 NEGÓCIOS** nos responderam a essas perguntas.
- Por fim, pedimos aos negócios que nos indicassem em que faixas estiveram seus faturamentos nos últimos 3 anos (2018, 2019 e 2020) e a partir dessa informação, conseguimos cruzar esse dado com outros da análise para compreender melhor quem foram os mais afetados e os eventuais beneficiados pela crise.



Perguntas específicas sobre a condução dos negócios na pandemia

A CRISE COMO DIVISOR DE ÁGUAS:



PRINCIPAIS IMPACTOS DA PANDEMIA



Os empreendedores nos responderam sobre os principais impactos da pandemia em seus negócios; apontaram quais medidas já foram adotadas para a manutenção das operações e, por fim, nos deram suas expectativas quanto ao faturamento em 2021.

Chama a atenção que 30% dos negócios tenham visto quedas em suas vendas e somente 7% tenham caído em suas faixas de faturamento. A combinação das informações indica que as quedas tenham sido pequenas, sem alteração nas faixas; que tenham se dado em um período do ano, com recuperação em outro; ou, ainda, que se trata de expectativas de crescimento de vendas que foram frustradas pelo cenário. Um volume de 25% dos negócios apontam para a dificuldade de acesso a capital, fenômeno que já havíamos observado em outros estudos, em se tratando dos desafios em todo momento de financiar os negócios de impacto, e que provavelmente se agrava na crise.

A medida mais comumente adotada foi a de se implementar novas ações de marketing e promoção do produto/serviço (25%). Em conjunto com a abertura de novos canais de venda (20%, 3^a medida mais mencionada), os dados indicam que as mudanças impostas pelos distanciamentos na forma de se vender – que tanto beneficiaram varejistas online – também parecem ter ressoado entre os negócios de impacto, que buscaram inovar na forma de chegar a seus clientes. Em seguida, a redução de contas e/ou despesas administrativas (25%) e as mudanças nos planos de expansão (18%) apontam para a maturidade dos negócios, que tomaram medidas que são vistas em toda a economia durante os períodos de crise.

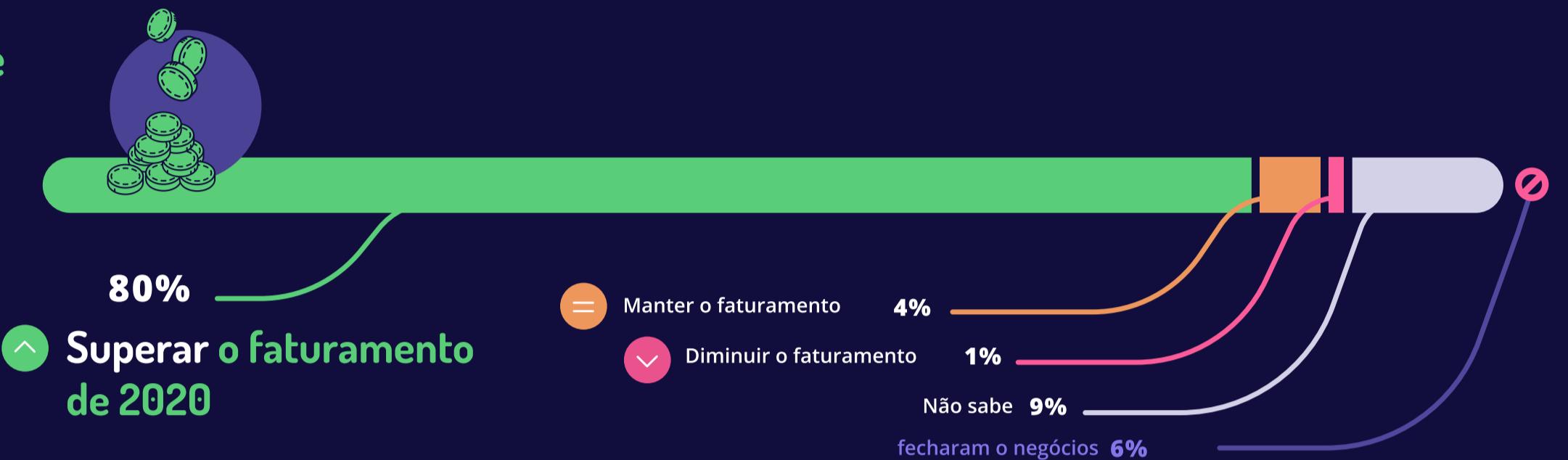
MEDIDAS JÁ TOMADAS PARA MANTER A OPERAÇÃO

- **37%** Novas ações de marketing e promoção do produto/serviço
- **20%** Abertura de novos canais de venda (*online, por exemplo*)
- **13%** Novas formas de monetização do produto/serviço (*vouchers, pré-vendas, apoios de fãs etc.*)
- **12%** Acesso a cursos e formações para superar a crise

- **25%** Redução de contas e/ou despesas administrativas
- **18%** Cancelamento/mudanças em planos de expansão
- **13%** Captação de doações
- **10%** Cancelamento de serviços terceirizados
- **9%** Aportes monetários pelos sócios atuais
- **8%** Redução de salários da equipe/collaboradores
- **7%** Captação de empréstimos
- **7%** Redução da jornada de trabalho/horas do time
- **6%** Captação de investidores para o negócio (*venda de participação/ações*)
- **5%** Corte de pagamento de dividendo ou distribuição de lucros para sócios
- **4%** Adiantamento de férias para a equipe/collaboradores
- **4%** Corte de equipe/collaboradores (*demissão*)

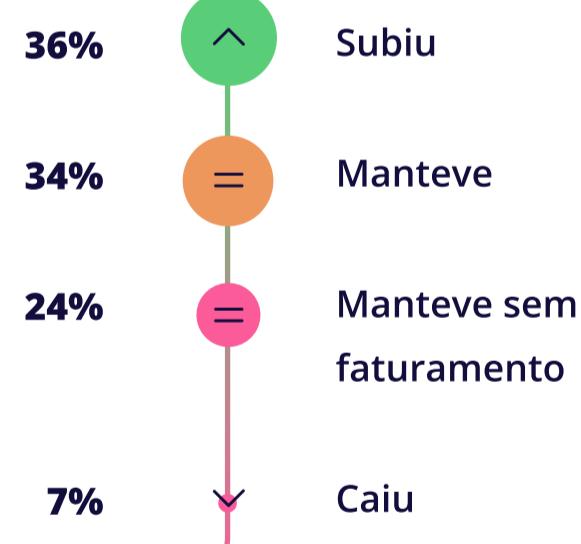
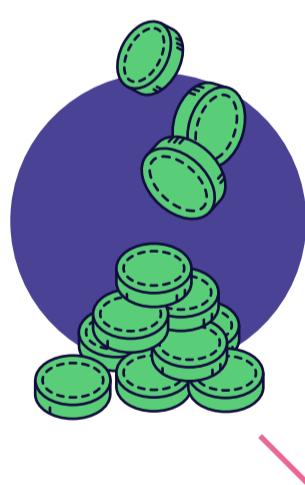
PERGUNTAS ESPECÍFICAS SOBRE A CONDUÇÃO DOS NEGÓCIOS NA PANDEMIA

Por fim, 80% dos negócios esperam crescer em 2021, o que revela sobretudo o espírito do empreendedor de impacto, confiante em superar mais um desafio e fazer crescer seus projetos. Na mesma direção aponta a resposta mais escolhida quanto aos impactos da pandemia para os negócios: 52% disseram terem vivido a crise também como uma oportunidade (novos produtos e serviços foram desenvolvidos e/ou novos mercados foram alcançados etc.).

Expectativa de faturamento para 2021


Entendendo os números na crise

Para as análises seguintes, vamos considerar os dados dos *454 negócios* que nos informaram suas faixas de faturamento em 2019 e em 2020. Os primeiros dados relevantes são os da tabela abaixo:

Faturamento 2019 x 2020


Uma impressão geral que temos lidando com negócios de impacto é que aqueles que fecharam suas portas ou que tiveram quedas relevantes de faturamento (que com frequência levam ao encerramento das atividades nos estágios iniciais) tendem a não responder a questionários como o nosso.

Por outro lado, a divisão dos negócios entre as quatro faixas acima (Caiu, Manteve, Manteve sem faturamento e Subiu) nos permite tentar olhar com atenção as características que diferenciam os negócios da faixa que cresceu dos demais respondentes. Ou seja, entender o perfil dos empreendedores e negócios que tiveram um bom desempenho em 2020.

Os negócios com mais de 11 funcionários são 13% da amostra, mas compõem 28% daqueles que subiram de faturamento, o que indica que a tendência vista no mercado em geral – de beneficiamento de negócios mais maduros (incumbentes) – parece se observar também no mercado de impacto. Confirmando também a tendência de sucesso dos negócios digitais está a grande participação dos que utilizam A.I. e Big Data entre os que crescem, sendo eles 32% e 32% da base geral e 38% e 39% dos que cresceram. Por fim, seguindo nessa linha de raciocínio, os negócios em fase de tração são 13% da amostra e 35% dos que cresceram.

Em se tratando de mensuração de impacto, os negócios com processos formais são 22% da amostra e 40% dos que crescem na pandemia, indicando uma maior aderência aos princípios do mercado de impacto pelos negócios bem sucedidos do setor.

O principal desafio enfrentado pelos negócios que viram seus faturamentos caírem na pandemia foi a redução nas vendas (77% contra 34% na geral). Ao mesmo tempo, vimos um destaque relevante para desafios de financiamento, com Dificuldade de acesso a recurso/capital financeiro (46% contra 28%) , Dificuldade de acesso às linhas especiais de crédito para a pandemia (31% contra 11%) e Desafios de renegociação de dívidas (23% contra 5%) aparecendo com muito mais frequência para esse grupo.

6.3. NEGÓCIOS DESTAQUES DO MAPA 2021 - POR RESILIÊNCIA

Em diversos momentos deste relatório voltamos ao tema COVID-19 e seus impactos na vida de todos nós. Os desafios foram e estão sendo imensos. O setor de negócios de impacto social e ambiental também é profundamente afetado. Ainda assim, diversos negócios estão atravessando a crise, firmes em seus propósitos de resolver os principais problemas de nosso tempo, muitos dos quais se agigantaram em 2020. Em homenagem a esses empreendedores, e também àqueles que tiveram de postergar ou interromper planos de crescimento, nesta edição selecionamos quatro negócios que destacamos como RESILIENTES num ano tão difícil.

Home Agent

São Paulo, SP

www.homeagent.com.br
FUNDADORES:

Fabio Boucinhas

PROBLEMA:

Os desafios de inclusão de mulheres com filhos pequenos e de aposentados no mercado de trabalho, ao mesmo tempo que os problemas de mobilidade urbana decorrentes dos deslocamentos de funcionários de grandes empresas.

SOLUÇÃO:

Um serviço de contact center 100% em home office.



Crescimento de faturamento em 2020 com um modelo que pôde escalar, independentemente das necessidades de isolamento social nas grandes cidades brasileiras e, ainda, apoiando mulheres com filhos e aposentadas.

Fleximedical

São Paulo, SP

www.fleximedical.com.br
FUNDADORES:

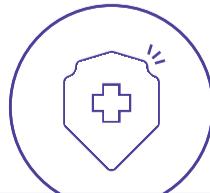
Iseli Yoshimoto Reis, Santiago Garcia Cenjor e Julia Adatti

PROBLEMA:

A dificuldade de acesso a serviços de saúde por cidadãos que vivem em áreas rurais e os altos índices de mortes por falta de atendimento médico básico.

SOLUÇÃO:

A transformação de carretas, vans, contêineres e outros em unidades móveis de saúde. As unidades podem comportar desde consultórios médicos e salas de exames até centros cirúrgicos.



Altas taxas de crescimento em 2020, devido ao aumento significativo da demanda na pandemia. Expandiram suas operações, criaram novos produtos e adaptaram de diversas unidades para atender a hospitais de campanha e outros clientes que surgiram como resposta ao momento.

"Períodos de intensa turbulência como este que atravessamos nos pedem resiliência, que é a capacidade de resistir a adversidades e de se recuperar, voltando ao estado normal: o próximo normal. Acredito que estes empreendedores, e seus negócios de impacto, podem nos oferecer valiosos insights gerenciais, comportamentais e intrapessoais, além de inspirar os pares do ecossistema de impacto social e ambiental."

GABRIEL CARDOSO, GERENTE EXECUTIVO DO INSTITUTO SABIN

LandApp

São Paulo, SP

www.landapp.com.br
FUNDADORES:

Matheus Prott Vieira e Mayara Prott

PROBLEMA:

O baixo reaproveitamento de resíduos da construção civil, o descarte irregular e alta relevância destes na geração global de resíduos e na emissão de gases de efeito estufa.

SOLUÇÃO:

Plataforma de contratação de serviços de transporte de resíduos sólidos e materiais da construção civil, que conecta caminhoneiros e construtoras, com rastreamento da destinação dos resíduos. Possibilitam a reciclagem, reutilização e compartilhamento desses materiais/resíduos entre obras e construtoras, reduzindo distâncias e emissões de CO2.

O negócio é um dos destaques de crescimento entre os negócios de impacto cadastrados no Mapa 2021. O setor de construção civil foi um dos que mais movimentou a economia brasileira em 2020 com criação de empregos e recordes nos financiamentos imobiliários. Um negócio de impacto que ajude a mitigar os efeitos ambientais negativos dessa indústria, ao mesmo tempo que resolvendo dores dos clientes, pode ter um impacto muito relevante.

SaveLivez

Florianópolis, SC

<https://savelivez.com/>
FUNDADORES:

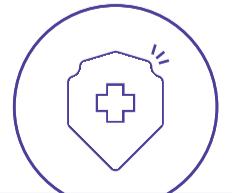
Rafael Yassushi Oki, Marcos Rodrigues de Matos e Luís Felipe Melo de Miranda

PROBLEMA:

As milhares de vidas perdidas todos os anos por falta de disponibilidade de sangue para transfusão. Ao mesmo tempo, há grandes perdas de estoques de sangue doados por desalinhamentos entre oferta e demanda e breve validade do material doado.

SOLUÇÃO:

Uso de ciência de dados para previsões de demanda mais assertivas, combinado ao uso de tecnologia para captação de doações conforme demanda



Além de um dos destaques de crescimento em 2020, desenvolveram uma solução para empresas que auxilia na prevenção, controle e mitigação de riscos de transmissão da COVID-19, com rastreamento de contatos entre colaboradores contaminados e os demais, triagem automatizada e outras opções.

CAPÍTULO 07

Visão de Futuro: O Impacto não é mais Nicho

→ Estouramos a bolha do impacto! Essa é a boa notícia que vem fazer o contraponto aos alertas que já levantamos neste estudo sobre o desafio de encarar os próximos anos como a Década da Mudança (Capítulo 1). Se temos os próximos 10 anos para apresentarmos os resultados da Agenda 2030 da ONU, a convergência de mercados e o senso de urgência que começa a crescer nas empresas e investidores podem ser um catalisador de recursos para os negócios de impacto socioambiental.

7.1. ATIVISMO EMPRESARIAL

Uma tendência visível no mundo corporativo nos últimos anos, que aumentou durante a pandemia, foi o ativismo empresarial. Ou seja, empresas se mobilizando e se engajando para ajudar a resolver problemas relevantes da sociedade com uma postura ativa e efetiva, de forma imediata e/ou a longo prazo. Propósito e impacto positivo passaram, nos últimos anos, a fazer parte do escopo de trabalho e reuniões de gigantes nacionais e internacionais. O tema está extrapolando as paredes de setores específicos de responsabilidade social e institutos e fundações, chegando mais próximo aos gestores e a áreas mais ligadas ao *core business* das marcas.

“Antigamente, realidade e publicidade estavam desvinculadas. Hoje, porém, o contexto é fundamental. Em momentos de crise, as pessoas esperam que as marcas as amparem, garantindo que vão continuar fornecendo o que sempre forneceram. Mas precisam fazer isso sem relegar a segundo plano seu papel social. Elas têm de pensar o que podem fazer pelo coletivo, e isso passa por mostrar seus valores, assumir uma posição. E, quanto mais conexão a causa guarda com o negócio de uma empresa, mais legítima ela é.”

RODRIGO AMANTEA, PROFESSOR DO INSPER, PARA FOLHA DE S.PAULO, AGOSTO, 2020

Urgência

Dos exemplos do COVID, vimos grandes mobilizações para apoiar nas urgências da pandemia como a iniciativa da Ambev que criou um auxílio de R\$255 para ambulantes pelo período de carnaval. Além dela, Whirlpool e Electrolux também doaram cilindros de oxigênio para o Estado do Amazonas durante um pico de casos e escassez de oxigênio para pacientes em todo o estado. Sem deixar de mencionar iniciativas como a construção da nova fábrica do Instituto Butantan para produção da vacina contra o coronavírus, onde o Governo do Estado de São Paulo arrecadou R\$162 milhões em doações privadas de 37 empresas de diversos setores, como Americanas, PwC, Itaú, iFood, Stone, Vale, Votorantim e XP.

Olhando para volume, uma das principais iniciativas de combate à pandemia em território brasileiro, por exemplo, foi o Todos Pela Saúde, capitaneada pelo Banco Itaú com uma doação de R\$ 1 bilhão – a maior já feita no Brasil para uma causa – e que recebe também doações de pessoas físicas e jurídicas.

O que se destaca nessa iniciativa é, além de ser um volume de doação histórico, todo o recurso ser gerido e alocado por um grupo de especialistas independente do doador. O recurso é administrado por um grupo de oito técnicos de renome no país, dentre eles o médico, cientista e escritor Drauzio Varella, sob a liderança do médico Paulo Chapchap, diretor-geral do Hospital Sírio Libanês. Em parceria com o Sistema Único de Saúde brasileiro, instrumento da saúde pública nacional, eles trabalham com objetivo de organizar as demandas para definir e realizar ações prioritárias

A tendência é que esse ativismo empresarial impulse uma maior participação das empresas no ecossistema de impacto de forma estruturada, programática e pragmática. Essa tendência foi constatada inclusive no Mapa de Negócios de Impacto de 2019, onde apontamos para a verticalização do setor na medida em que grandes empresas buscam maior interação com negócios de impacto dentro dos seus setores de atuação. São casos como o Braskem Labs, uma plataforma que conecta startups de impacto a Braskem, dentro de setores como agronegócios, biotecnologia e embalagens, e o Lab de Habitação, uma coalizão de empresas que busca fortalecer o setor de habitação para baixa renda.

Essa participação ativa das empresas faz parte, inclusive, das recomendações da Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto para o ciclo 2020-2025. A Aliança recomenda que as grandes corporações criem programas e redes para atuação conjunta no fomento à inovação e ao impacto em torno de problemas socioambientais estruturantes do país, como:

Longo prazo

Para além dos casos de exceção da pandemia, causas e desafios que fazem parte dos mercados nos quais as marcas se inserem vem gerando engajamentos mais diretos das grandes empresas. A Magazine Luiza e a Bayer, por exemplo, lançaram processos seletivos de trainee exclusivos para profissionais negros, como forma de diminuir o índice de desigualdade racial dentro das empresas e aumentar o número destes indivíduos em cargos de liderança. A morte de George Floyd, nos Estados Unidos, mobilizou marcas no Brasil e no mundo a se posicionarem em apoio ao movimento Black Lives Matter, como Nike, Twitter, Citigroup e Netflix.

Embora os gargalos de diversidade e inclusão nas empresas sejam profundos e extensos (cerca de 65% das empresas brasileiras não possuem um programa de D&I estruturado e apenas 28% têm uma área específica para o tema, segundo a pesquisa "Diversidade e Inclusão (D&I) nas empresas"), tudo indica que essas políticas empresariais encontram respaldo inclusive nos próprios consumidores. Segundo levantamento da Refinaria de Dados que analisou postagens de 386 mil usuários sobre o processo seletivo de trainee da Magazine Luiza, a maioria (38%) das menções foram positivas, contra 17% de menções negativas. Ou seja, deve ser um caminho sem volta.

"O boom do ESG traz uma oportunidade para os negócios de impacto socioambiental sem precedentes. Esta aproximação com o mercado financeiro e com as grandes empresas pode fortalecer os empreendimentos que resolvem problemas sociais e ambientais, enquanto fornecedores de soluções para os desafios das cadeias produtivas, do investimento social privado ou dos ODS. É um caminho sem volta"

**MÁRCIA SOARES,
LÍDER DE PARCERIAS E REDES DO FUNDO VALE**

- Implementar laboratórios setoriais de inovação aberta voltados para os desafios socioambientais;
- Disponibilizar crédito favorável, assistência técnica e/ou condições de acesso a produtos, serviços e redes das corporações pelos negócios de suas cadeias produtivas;
- Fomentar o intraempreendedorismo nas corporações voltado para a agenda de impacto nas mais diversas áreas;
- Construir teses de impacto para corporações que conecte o ecossistema de impacto e organizações de referência em critérios ESG (leia mais no bloco 7.2);

Fonte: Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto:
<http://aliancapeloimpacto.org.br/recomendacoes/>

7.2. O BOOM DO ESG

É difícil fugir da sigla ESG (*Environmental, Social, and Governance*, em inglês, ou ambiental, social e governança). Desde que a Blackrock, maior gestora de investimentos do mundo, com mais de US\$ 8 trilhões em ativos sob gestão, anunciou, em 2020, seu posicionamento de buscar empresas com melhores práticas ambientais, sociais e de governança, o termo vem ganhando relevância no mercado brasileiro, com grandes bancos, por exemplo, anunciando continuamente seus braços institucionais para cuidar do tema e, pelo mundo, com outras gestoras gigantes como Vanguard e Amundi aderindo o discurso.

Para analistas, devemos chegar a 85% dos conselhos das empresas nos próximos anos tendo como foco o ESG. O dado é da pesquisa "GNDI 2020-2021 Survey Report – Board governance during the Covid-19 crisis: Análise dos Resultados Brasileiros", assinada pelo Global Network of Directors Institutes (GNDI), grupo que congrega institutos de governança ao redor do mundo, e que tem o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) como representante no Brasil.

"A longo prazo, a COVID-19 pode ser um grande ponto de virada para os investimentos ESG, ou estratégias que consideram o desempenho ambiental, social e de governança de uma empresa juntamente com as métricas financeiras tradicionais".

JEAN-XAVIER HECKER E HUGO DUBOURG, CO-HEADS DE ESG & SUSTENTABILIDADE DA J.P. MORGAN EMEA EQUITY RESEARCH, EM JULHO, 2020.

"Se levarmos em consideração que a atuação socioambiental de um conselho afeta as partes envolvidas, e os conselheiros estão naturalmente mais preocupados em garantir boas ações de governança para stakeholders, o ESG passa a ser elementar para a continuidade de uma operação."

PEDRO MELO, DIRETOR-GERAL DO INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA (IBGC), PARA A REVISTA EXAME EM FEVEREIRO DE 2021.

Com o COVID, o Brasil e o mundo viram o termo ESG subir de patamar. Na medida em que a pandemia ia tomando conta do mundo, provocando a maior crise econômica desde a Grande Depressão, investidores e governantes enxergaram isso como um alerta para reavaliar políticas de investimento.

Em uma pesquisa da J.P. Morgan, investidores de 50 instituições globais que representam um total de US\$ 12,9 trilhões em ativos sob gestão foram perguntados sobre como eles esperavam que o COVID-19 impactasse o futuro dos investimentos ESG. Cerca de 71% dos entrevistados responderam que era "um pouco provável", "provável" ou "muito provável" que a ocorrência de um risco de baixa probabilidade e alto impacto, como tem sido a COVID-19, aumentaria a conscientização dos investidores para lidar com situações de alto risco e com alta probabilidade de ocorrer, como as mudanças climáticas e as perdas da biodiversidade.

Na mesma pesquisa, quando perguntados sobre quais seriam as implicações da crise do COVID-19 para o impulso do investimento ESG nos próximos 3 anos, 55% responderam como "muito positivo", "positivo" ou "um pouco positivo".

Esse boom ESG não se limitou à percepção dos investidores, aparecendo também no desempenho dos fundos de investimento durante a pandemia. Muitos grandes fundos com critérios ESG superaram o desempenho do restante do mercado durante a pandemia da COVID-19, impulsionados em parte pelo peso dos fundos de ações de grandes empresas de tecnologia, que tiveram forte desempenho nesse período também como apontam dados do S&P Global, de Agosto de 2020 (ESG funds outperform S&P 500 amid COVID-19). Os fundos sustentáveis europeus, por exemplo, se recuperaram fortemente após a queda do mercado da pandemia, mais do que dobrando para US\$54,6 bilhões no segundo trimestre de 2020, segundo dados da Morningstar.

Brasil

Esse movimento global não tardou a chegar no Brasil, ainda que em menor escala. Os fundos registrados como Ações Sustentabilidade/Governança pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima) dobraram de tamanho, chegando a 1 bilhão de reais, sendo 17 novos fundos. Dados organizados pela revista Exame, de março de 2021, mostram a evolução dos Fundos ESG no Brasil. Chama a atenção o crescimento lento até 2008, uma paralização total na abertura de novos fundos entre 2015 e 2019, *versus* o volume total de fundos dobrando em 2020.

Entre Junho e Agosto de 2020, a XP, um dos principais players do mercado financeiro nacional, deu um passo importante pela agenda ESG ao lançar um fundo de gestão passiva chamado Trend ESG Global, que replica carteiras de ETFs globais focados em sustentabilidade, e um fundo de fundos de R\$100 milhões chamado Selection ESG, que foi alocado nas gestoras FAMA, Constellation e JGP. Além disso, a XP tem investido em disseminar o termo e práticas ESG no mercado. Recentemente, realizou o Expert ESG 2021, um evento aberto e gratuito exclusivamente dedicado ao tema.

Ponto de atenção

Dentro do movimento ESG é fundamental entender que ele não define e não atende os critérios de negócios de impacto, além de ter sido usado, muitas vezes, mundo afora como um posicionamento de marketing de grandes empresas e não necessariamente com ações de impacto socioambientais efetivas. Por outro lado, há uma expectativa nos setores de Negócios de Impacto e de Investimento, que o boom do conceito abra mais frentes de suporte e financiamento de impacto efetivo.

"Incluir fatores ESG nas decisões de investimento é o primeiro passo na jornada para adequar sistemas econômicos a padrões éticos e morais. O destino desta caminhada são os investimentos de impacto positivo, onde o capital produz externalidades socioambientais positivas, condição essencial para a melhoria da vida na Terra."

GUSTAVO PINHEIRO, COORDENADOR DO PORTFÓLIO DE ECONOMIA CARBONO ZERO DO ICS, PARA A PIPE.LABO

Efeito cascata

O universo de ESG movimenta um volume de recursos mundial que tem potencial para alcançar os negócios de impacto, em uma reação em cadeia que caminha para menos mitigação de problemas e mais geração de impacto positivo no mundo dos investimentos. Estamos a falar do continuum de capital, termo utilizado para se referir ao espectro de investimento de/por impacto, desde filantropia pura (sem expectativa de retorno financeiro) até investimento ESG com retornos alinhados ao mercado. Se chegam mais recursos conscientes na régua de investimentos, maiores as chances de fortalecermos o nicho ao qual nos referimos neste estudo, o dos negócios de impacto.

Abaixo um exercício unindo visões do mercado sobre o *continuum de capital*:

Investimentos tradicionais	Alinhamento de valores	Investimento responsável	Investimento temático de impacto	Investimento com foco em impacto		Filantropia
Investimentos que visam maximizar retorno ajustado ao risco	Investimento que reflete valores éticos e/ou políticos	Investimento em setores e companhias alinhadas aos critérios ESG	Investimento ativo em negócios que visam impacto socioambiental positivo com retorno financeiro positivo	Investimento ativo em negócios que visam impacto socioambiental positivo mesmo com retornos financeiros abaixo da média do mercado	Investimento ativo em negócios que visam impacto socioambiental positivo mesmo abrindo mão do retorno financeiro	Doações que visam maximizar impacto
INVESTIMENTO DE IMPACTO						
VENTURE PHILANTHROPY						

Esse contínuo de capital tem sofrido um alargamento nos últimos dois anos. De um lado, institutos e fundações têm criado abordagens inovadoras para gerar impacto socioambiental positivo de forma sustentável, pragmática e de longo prazo, aproximando-se cada vez mais da agenda de negócios de impacto (veja o bloco 7.3). Do outro, empresas buscando cada vez mais estar alinhadas a critérios sociais, ambientais e de governança (ESG). Essa tendência faz com que os investidores ampliem seus espectros de investimentos, atuando de forma distribuída ao longo do contínuo de capital.

De acordo com um levantamento feito pela SITAWI, em 2020, o Brasil firmou acordos de operações sustentáveis de crédito que alcançam um volume de US\$5,3 bilhões, o que é mais que o dobro comparado a 2019 (US\$2,5 bilhões). Em 2021, o volume chega a US\$5,5 bilhões. Essas operações incluem instrumentos financeiros diversos, como debêntures, notas promissórias, empréstimos, global notes e CRAs, nacionais e internacionais, nas áreas de agropecuária, saneamento, energia, floresta, entre outras.

Gustavo Pimentel, Diretor Executivo da SITAWI, listou 10 tendências em ESG para 2021 em artigo na Capital Reset.

São elas:

- 1 • Instrumentos de dívida baseados em desempenho ESG ficam mais populares que os baseados em uso de recursos;
- 2 • Bancos se tornam emissores relevantes de títulos e empréstimos ESG;
- 3 • Fundos sustentáveis crescem, se diversificam e atraem a atenção dos institucionais;
- 4 • A avaliação de impacto estará cada vez mais presente nos frameworks de análise ESG;
- 5 • Aumento do volume de recursos ESG começa a mover capital e preços na economia real;
- 6 • Mudanças climáticas a caminho do compliance das instituições financeiras;
- 7 • Empresas brasileiras respondem à perda de prestígio ambiental do Brasil;
- 8 • Posicionamento de investidores frente aos desafios socioambientais e climáticos;
- 9 • Alinhamento da remuneração executiva às metas de sustentabilidade;
- 10 • Temas ESG entram de forma estruturada em conselhos e comitês.

7.3. INSTITUTOS E FUNDAÇÕES SE SOMAM AOS NEGÓCIOS DE IMPACTO

Se de um lado vemos a onda ESG ganhar força, do outro, há uma participação ativa e cada vez mais intensa das fundações e dos institutos (empresariais, independentes e familiares) no setor de negócios de impacto. Com eles, uma diversidade crescente quanto aos mecanismos de apoio financeiro, com atores deliberadamente testando diversos formatos em busca do ideal, como dívida, participação, doação e diversas inovações em *blended finance* (financiamento híbrido).

Uma característica marcante do campo no Brasil é a frequência com que as soluções são desenhadas em grupos, com vários atores embarcando em uma mesma iniciativa. E para além dos projetos em si, tem sido também frequente no ecossistema o surgimento de laboratórios e redes de aprendizagem colaborativas com linhas de ação que visam a experimentação de novos mecanismos de investimento e mudanças de valores e posturas neste campo.

Destaca-se, por exemplo, a iniciativa do FIIMP 2, que iniciou, em 2019, com um fundo de aproximadamente R\$1,1 milhão e um grupo de 19 organizações, que passou a incluir não apenas institutos e fundações, mas também organizações públicas nacionais e internacionais de fomento e empresas. Enquanto na primeira rodada todo o recurso levantado foi destinado ao apoio direto de negócios, nessa segunda onda, o FIIMP optou por destinar parte do recurso à seis organizações intermediárias do ecossistema de impacto – que apoiam o desenvolvimento dos negócios –, e a outra parte aos negócios de impacto apoiados por esses intermediários. Foram mapeadas 80 organizações intermediárias com potencial de receber apoio e fornecer os aprendizados. Desses, 19 foram convidadas para apresentar seus projetos, observando a diversidade do conjunto em seus modelos de trabalho e territórios de atuação e nas temáticas e fases da jornada dos negócios apoiados. As selecionadas foram: Choice, Vale do Dendê, Semente Negócios, Coalizão Éditodos, PPA e Din4mo.

O FIIMP é um exemplo de inovação em investimento social privado ao se relacionar com negócios de impacto, fornecendo um capital filantrópico de risco, disposto a experimentar formatos de apoio e mecanismos inovadores para investir em organizações e negócios que estão em fase de desenvolvimento, como debênture, garantia e empréstimo. Além disso, é um excelente case de governança e impacto coletivo, que gera aprendizados que são compartilhados para todo o ecossistema.

Dentre as formas de envolvimento com o tema de negócios de impacto social, entre as 133 organizações pesquisadas, o Censo destaca:

- **21%** apoia negócios de impacto com formação, informação, rede de relacionamento (sem expectativa de retorno)
- **20%** apoia organizações intermediárias com formação, informação, rede de relacionamento (sem expectativa de retorno)
- **16%** repassa recursos para organizações intermediárias do ecossistema de negócios de impacto (sem expectativa de retorno ex: aceleradoras e incubadoras)
- **14%** repassa recursos para negócios de impacto (sem expectativa de retorno)
- **14%** desenvolve/financia produção de conhecimento na área de negócios de impacto
- **14%** desenvolve/financia fóruns e espaços de troca sobre negócios de impacto

Fonte: Censo GIFE 2018

De acordo com o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), no Censo GIFE 2018, o volume de recursos oriundos do investimento social privado para o ecossistema de negócios de impacto aumentou em 44% de 2017 para 2018, passando de R\$81 milhões em 2017 para R\$117 milhões em 2018.

Contudo, essa aproximação ainda é tímida e tem amplo espaço para expansão. O volume mobilizado em 2018 representa apenas 4% do volume total de investimento social privado de R\$3,2 bilhões. O levantamento mostra também que 60% dos investidores sociais não se envolvem com a temática de negócios de impacto e, apenas 26% repassam recursos para negócios de impacto ou aceleradoras e intermediárias do campo.

Em parte, esse movimento é também catalisado pela necessidade das organizações sociais de buscarem fontes de recursos sustentáveis, sem depender puramente de doações. Um cenário macroeconômico de muita incerteza como esse torna ainda mais difícil a projeção de volume financeiro de doações disponíveis.

Ascensão do Venture Philanthropy

Ainda atrelada a inovação em filantropia, um dos conceitos que ganhou força global nos últimos anos e agora também aterrissa na América Latina foi *Venture Philanthropy* (VP). De acordo com a European Venture Philanthropy Association (EVPA), uma das organizações pioneiras em *Venture Philanthropy* no mundo, essa é uma abordagem de alto engajamento e de longo prazo, que permite um investidor de impacto apoiar uma organização de propósito social para ajudá-la a maximizar seu impacto social.

Tradicionalmente, o investimento filantrópico no Brasil possui cunho assistencialista, com foco para correção de problemas e não para o combate de suas causas, principalmente na área de educação. Fundações e institutos normalmente têm linhas programáticas fixas, com editais anuais direcionados a financiar programas e organizações sociais que complementam a educação pública de crianças e jovens, principalmente de baixa renda, sem muita margem para inovação.

Fundações e Institutos empresariais focam principalmente em suas áreas de influência e regiões ou cidades de atuação, visando contribuir para o desenvolvimento da comunidade local. Nestes casos, a filantropia empresarial serve também como um mecanismo de relacionamento com as comunidades onde as empresas estão localizadas. Em resumo, são aportes pequenos alocados a várias organizações de forma pontual, anual, sem necessariamente um acompanhamento próximo e compromisso de longo prazo.

A prática de *Venture Philanthropy*, por outro lado, busca o oposto. O termo simula na filantropia a forma com que investidores de *private equity* e *venture capital* investem em empresas privadas. Com isso, constroem uma relação de parceria, próxima, e de longo prazo com seus financiados, adequando recursos financeiros e não-financeiros às necessidades específicas de cada organização, em cada estágio de amadurecimento. De acordo com a European Venture Philanthropy Association, essa prática possui três principais características:

- Financiamento sob medida: escolhe-se o instrumento financeiro mais adequado para cada organização, que inclui subsídios, empréstimos, ações e instrumentos financeiros híbridos;
- Apoio não-financeiro: presta-se serviços de apoio à organização a fim de maximizar seu impacto social, aumentando sua sustentabilidade financeira e/ou fortalecendo sua resiliência organizacional;
- Medição e gerenciamento de impacto: mede-se e monitora-se o impacto gerado pelas atividades de uma organização e utiliza-se essas informações e dados para refinar as atividades.

No Brasil e em toda a região latina, o termo *Venture Philanthropy* ainda é novo e em processo de compreensão da sua melhor definição e aplicação dentro do setor de investimento socioambiental, mas já há casos e *benchmarks* iniciais deste conceito na prática, como relata o estudo recém lançado pela Latimpacto em fevereiro de 2021, “**Inversión social e Impacto: casos y tendencias en América Latina**” que contou com a colaboração da Pipe no levantamento de campo no Brasil e Argentina. O trabalho detalha 37 iniciativas de *Venture Philanthropy*, em 7 países, implementadas por fundos de investimento de impacto, fundações, universidades, empresas, family offices, instituições públicas e intermediários.



[LEIA O ESTUDO NA ÍNTEGRA](#)

"Venture Philanthropy é uma abordagem que tem muito potencial para fortalecer e impulsionar os negócios de impacto em estágios mais iniciais, por estimular o uso de capital paciente e catalítico, combinado ao apoio não financeiro e visão estratégica de longo prazo. É um modelo que prioriza o impacto ("impact first") e tem mais apetite ao risco, sendo uma excelente oportunidade para a filantropia se aproximar deste campo, por favorecer a combinação e mobilização de diferentes tipos de capital."

A Latimpacto tem apoiado investidores e filantropos na implementação dessas práticas através de diversas atividades de conhecimento e estimulando conexões e atuação multisectorial."

**GRETA GOGIEL SALVI, BRAZIL COUNTRY DIRECTOR
LATIMPACTO - REDE LATINOAMERICANA DE VENTURE
PHILANTHROPY**

Uma abordagem que ainda está em fase de experimentação e discussão, tem na recente entrada da rede Latimpacto no Brasil (Rede Latino Americana de Venture Philanthropy), um marco importante. A missão desta rede é mobilizar capital (humano, intelectual e financeiro) para apoiar de maneira mais eficiente as organizações de propósito social, aplicando os princípios de *venture philanthropy*. Essa temática tende ganhar força no Brasil e criar mais diálogos entre os países vizinhos, fortalecendo a adesão de mais investidores às práticas de VP.

Por ter maior apetite a risco, com capital paciente por meio de diferentes instrumentos financeiros, e visar uma relação de longo prazo, *venture philanthropy* se apresenta como uma boa alternativa para apoiar negócios de impacto a cruzarem o vale da morte e, portanto, criar *pipeline* qualificado para investidores de impacto que visam retorno ajustado ao mercado, duas demandas que apresentamos no capítulo 3.

Não é a toa que na nova edição do GUIA 2.5, produzido pelo Quintessa, na pergunta aberta sobre qual tipo de auxílio externo gostariam de receber, diversas organizações (aceleradoras, incubadoras etc.) responderam: trazer capital de filantropia para o setor para financiar as acelerações e captar mais recursos para atender mais empreendedores, como relata a Anna de Souza Aranha, em artigo ao blog do Quintessa, em 2 de março 2021.

Um exemplo brasileiro de inovação em investimento social e uso da abordagem de *venture philanthropy*, citado no estudo para a Latimpacto, é o caso da In3citi. Uma investidora de impacto que atua no Ceará e fornece apoio filantrópico por meio da contratação de serviços de apoio e mão de obra para negócios de impacto no estágio pré-investimento. Uma vez que o negócio está pronto para receber investimento, seja via *equity* ou dívida, a In3citi tem preferência como primeira investidora.

“O que a gente tem feito é preservar o DNA de uma investidora que acredita no investimento paciente, que é impact-first e, ao mesmo tempo, tem uma visão de construtora de ecossistema. Além de investidor, assumimos mais um papel que é de construir o ecossistema. Dentro do estado, as pessoas ainda têm dificuldade de compreender o que é uma investidora.”

HAROLDO RODRIGUES, FUNDADOR DA IN3CITI EM ENTREVISTA À PIPE.SOCIAL.

“Não existem canais de comercialização estruturados. Esses negócios olham muito para a produção, mas tem dificuldade em visualizar como o mercado quer o produto. Por outro lado, o mercado precisa entender a realidade desses negócios e os vários aspectos culturais e sociais que fazem parte do produto que é entregue. Esses negócios entregam algo que vai além do produto, entregam uma história, aspectos da cultura e muita conservação.”

ANDREA AZEVEDO, DIRETORA DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL DA CONEXUS EM ENTREVISTA À PIPE.SOCIAL

Outro exemplo brasileiro, que também figura no estudo de caso para a América Latina, é a Conexus, uma organização privada, sem fins lucrativos, que apoia associações e cooperativas de extrativistas e pequenos agricultores inseridos em um modelo de produção que gera riqueza e conserva a floresta, e demais biomas, em pé. A Conexus atua de forma sistêmica e articulada em três eixos: modelagem de negócios, acesso a mercado e finanças de impacto.

Associações e cooperativas extrativistas enfrentam desafios de escassez de financiamento, desconexão com o mercado e modelo de negócio pouco desenvolvido. Por isso, o apoio da Conexus acontece para atacar essas três frentes ao mesmo tempo, fornecendo capacitação em negócios, acesso ao mercado por meio da conexão com empresas compradoras e um veículo financeiro, chamado Fundo Socioambiental Conexus, que utiliza soluções financeiras híbridas, combinando recursos reembolsáveis e não-reembolsáveis, para facilitar o acesso ao crédito oficial e a programas de compras públicas.

O desafio da Conexus é conectar todos os atores do ecossistema de negócios em áreas florestais e rurais no Brasil: hoje, quem produz não está conectado com quem comercializa e nem com quem financia. Por conta disso, os negócios comunitários geram menos benefícios econômicos, sociais e ambientais do que poderiam.

7.4. A DEMOCRATIZAÇÃO DOS INVESTIMENTOS: MECANISMOS DE CROWDFUNDING

Outra tendência, inclusive atrelada às anteriores mencionadas neste capítulo 7, é a democratização do investimento de impacto. Ou seja, a criação de instrumentos financeiros que permitem que investidores de pequeno porte passem a investir seu dinheiro em negócios de impacto. Muitos intermediários do setor vêm apostando em soluções de plataformas coletivas de investimento (*crowdfunding* ou *crowdinvesting*) que abrem caminho para um futuro “crowd” em investidores de menores volumes.

O pioneiro deste tipo de solução foi o Kria, antigo Broota Brasil, lançado em Outubro de 2014 como plataforma de investimento em startups. Por meio de sua rede, 60 startups captaram R\$25 milhões em investimentos, com aportes que variam de R\$500 a R\$200 mil, no modelo *equity*, em que o investidor compra participação na empresa.

“Quando o Kria (na época, Broota) surgiu, a ideia era permitir que cada vez mais pessoas pudessem participar dos negócios que estão transformando o mundo. O empreendedorismo é um dos grandes motores para transformações relevantes na nossa sociedade, e o impacto gerado por ele pode ganhar ainda mais escala a partir da colaboração entre pessoas, negócios e ideais. Nós não investimos apenas em startups que enxergam a geração de impacto socioambiental positivo como a alma do negócio, mas acreditamos que o investimento em startups é capaz de gerar impacto de diferentes formas”, comenta Frederico Rizzo, CEO do KRIA, ao Notícias de Impacto.

Essa democratização por meio das plataformas também permite um espectro de investimento para diferentes apetites de risco e retorno, de microempreendedores a fundos ESG. A Firgun desenvolveu uma plataforma de investimentos coletivos para oferecer microcrédito a empreendedores de baixa renda. Com tickets a partir de R\$25, qualquer pessoa pode emprestar dinheiro a microempreendedores através da plataforma. Até o momento, já foram 74 projetos financiados, de 1300 pequenos investidores, que movimentaram cerca de R\$540 mil desde 2017.

“A Plataforma de Empréstimo Coletivo SITAWI é uma alternativa a um número crescente de investidores de varejo que buscam não apenas retornos financeiros atraentes, mas opções de investimento alinhadas com seus valores.”

**LEONARDO LETELIER, FUNDADOR DA SITAWI,
AO NOTÍCIAS DE IMPACTO**

“As operações de crowdinvesting tendem a crescer muito mais, tanto no mundo como no Brasil. A lógica é simples. Há muito mais pessoas com R\$1 mil do que com R\$1 milhão, o que normalmente é necessário ter para ser investidor qualificado e investir em fundos de investimento. E lembremos que, como costumo dizer, as formigas são, talvez, o animal que mais impacta o ecossistema. Formigas literalmente constroem ecossistemas. Com as soluções tech coletivas ficando cada vez mais robustas e as estruturas de mercado se fortalecendo, minha previsão é de que o futuro será crowd.”

**MARCO GORINI, SÓCIO-FUNDADOR DA DIN4MO,
AO NOTÍCIAS DE IMPACTO**

Outro exemplo é a Plataforma de Empréstimo Coletivo da SITAWI, que permite investidores individuais realizarem investimentos a partir de R\$1.000 em iniciativas de impacto socioambiental. Até o momento, já foram 16 captações bem sucedidas, R\$7,28 milhões mobilizados, de 348 número de investidores e 773 investimentos individuais realizados.

Essas iniciativas foram também potencializadas durante a pandemia. Em parceria com o Impact Hub São Paulo e o Empreende Aí, a Firgun lançou o Fundo Periferia Empreendedora, criado para fomentar o microcrédito produtivo nas regiões mais afastadas dos grandes centros. Financiado por doações de institutos, empresas e pessoas, o fundo visou beneficiar micro e nano empreendedores mais prejudicados com a crise causada pelo COVID-19.

Outro destaque foi o CoVida-20, um programa de financiamento para negócios de impacto comprometidos com a manutenção de emprego e renda durante a pandemia. O programa reuniu diferentes perfis de investidores e doadores para oferecer aos negócios empréstimos em condições acessíveis e coerentes com o momento atual. Ao todo, foram investidos R\$6,74 milhões em 47 negócios, impactando diretamente 772 pessoas.

A Capital Reset, por exemplo, fez um levantamento que constatou mais de 39 fundos disponíveis nas plataformas de investimento e nos bancos para investidores de varejo (pessoa física) que carregam ESG, sustentabilidade ou outras variantes do tema no nome. Uma tendência que pode democratizar ainda mais o acesso de investidores aos negócios de impacto e o desejado acesso a ticket menores de investimentos tão demandado pelos empreendedores analisados neste Mapa 2021 (veja capítulo 3.1).

7.5. A ONDA VERDE - O AQUECIMENTO DA AGENDA AMBIENTAL BRASILEIRA

Há pouco mais de cinco anos, o Acordo de Paris deu start para a migração de investimentos mais tradicionais em direção aos que fomentam uma economia menos dependente de emissões de carbono e demais causadores do aquecimento global. A despeito dos desafios, o tratado sinalizou que os líderes deveriam criar condições para que empresas inovassem na criação de soluções com "carbono zero"; de veículos elétricos a proteínas alternativas à carne bovina, passando por combustíveis sustentáveis, algumas das inovações deixaram de ser nichos para constituírem um mercado de massa, que deve avançar até 2030.

Dentro desta tendência, o Brasil tem enorme potencial de ser um dos protagonistas mundiais da economia verde. Aqui na Pipe, estamos acompanhando o forte crescimento da vertical de tecnologias verdes que, desde 2016, registra, a cada mapeamento, novas tecnologias e negócios com atuação nos setores da agropecuária, florestas e uso do solo, indústria, logística e mobilidade, energia e biocombustíveis, água e saneamento e gestão de resíduos.

Nesta terceira edição do Mapa de Impacto trazemos uma análise inédita desta oferta de soluções, entendendo o perfil do empreendedor e dos negócios verdes brasileiros. Acesse aqui os dados do Mapa Ambiental: mapaambiental2021.pipelabo.com

"Temos uma oportunidade sem precedentes de mudar a forma com que se dá o crescimento econômico, de aprender com nossos erros e construir sobre nossos sucessos e voltando melhor, mais verde, mais justo e mais resiliente. Essa transição requer inovações radicais, agilidade e adaptabilidade, portanto os negócios de impacto serão atores chave no desenvolvimento desse novo paradigma."

TATIANA BOTELHO, CLUA

Este recorte também objetiva dimensionar soluções e mercados apontados no estudo "A Onda Verde - Oportunidades para empreender e investir com impacto ambiental positivo no Brasil", a ser lançado em maio pela Climate Ventures e Pipe.Labo. A publicação traz uma matriz inédita que sintetiza 30 oportunidades de negócios em sete setores-chave desta agenda e aponta como os negócios de impacto e a consolidação de uma nova economia ambiental podem endereçar os desafios contemporâneos. A íntegra do estudo pode ser acessada no site: www.aondaverde.com.br



"A evolução da Pipe.Social e da Pipe.Labo, para nós, se deu em paralelo com a evolução do pipeline de empreendedores de impacto. Com o Mapa 2017, estávamos buscando nos reconhecer neste novo setor. Em 2019, no segundo Mapa, buscávamos abrir caminhos para inspirar outros negócios, apresentando conceitos e modelos de negócio. E, agora em 2021, começar a apresentar resultados e demonstrar que o setor veio para ficar."

**LÍVIA HOLLEBACH E MARIANA FONSECA,
COFUNDADORAS DA PIPE (WWW.PIPELABO.COM)**

**2021
Relatório
Nacional**

