

OS DESAFIOS E AS OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS DE IMPACTO NO MERCADO INTERNACIONAL





SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

03

2. CONTEXTO

08

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

30

4. INVESTIMENTOS DE IMPACTO

60

5. DESAFIOS E OPORTUNIDADES

66

6. RESULTADOS PERCEBIDOS

79

7. CERTIFICAÇÕES, SELOS E RECONHECIMENTOS

84

8. PAPEL DO GOVERNO E INSTITUIÇÕES

92

9. COMO SER UMA EMPRESA DE IMPACTO

97





1. INTRODUÇÃO

“Os maiores avanços da humanidade não estão em descobertas, mas em como essas descobertas são aplicadas para reduzir desigualdades. Seja por meio da democracia, da educação pública, da saúde de qualidade ou de ampla oportunidade econômica, reduzir a desigualdade é a maior conquista que nossa espécie pode alcançar.”

Bill Gates

A realização deste estudo partiu de uma tese: empresas de impacto positivo podem utilizar-se desse valor como diferencial competitivo no alcance do mercado internacional. Assim, iniciamos a pesquisa a partir do próprio conceito de impacto positivo.

Esse primeiro passo, por si só, nos trouxe uma gama diferente de definições, da evolução do tema e mesmo de indicadores. Por fim, entendemos que, em uma escala global e abrangente, nada mais acertado do que usar como base os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), um acordo proposto pela Organização das Nações Unidas (ONU) e assinado por quase duas centenas de nações, entre elas, o Brasil.

Mas, afinal, como os ODS estão sendo considerados nos negócios?

A revolução digital evidenciou as disparidades sociais e trouxe à tona os impactos do nosso comportamento como sociedade consumidora no meio ambiente e, em especial, nas alterações climáticas. Em contraponto, a consciência dessa problemática despertou um novo modelo de negócios, que deveria partir de uma razão de existir — ao que se deu o nome de propósito.

Empresas com propósito formaram um movimento que colocou uma nova responsabilidade sobre os negócios: serem vetores de mudança na sociedade, ainda que sem deixar de lado a rentabilidade. Essa característica lhes rendeu um nome: Setor Dois e Meio, uma referência ao fato de atuarem considerando características do segundo e do terceiro setor.



1. INTRODUÇÃO



Esse novo comportamento nos negócios motivou um novo comportamento de consumo, mais consciente e atento aos impactos de cada empresa (sejam eles negativos ou positivos). Marcas passaram a gerir comunidades e se relacionar com clientes como se fossem parceiros em suas atividades. E, em essência, eram. Afinal, o consumo passou a ser um ato de ativismo, e as pessoas buscavam marcas e empresas com propósitos alinhados aos seus.

Em maio de 2019, a Revista Exame lançou uma edição especial sobre o tema, já evidenciando os resultados que estavam atrelados a esse movimento naquela época. Os números apresentavam evidências de que empresas com propósito, dedicadas a impactar positivamente as esferas social e/ou ambiental, estavam colhendo melhores resultados financeiros, além de impactar positivamente o planeta e a sociedade.

O resumo diz: “A ciência mostra que enxergar significado no próprio trabalho, algo cada vez mais escasso em todo o mundo, torna as pessoas mais saudáveis e produtivas. E é o caminho para uma vida plena e mais feliz.”



**A FORÇA DO
PROPÓSITO**
Edição 1184 -
01/05/2019

1. INTRODUÇÃO

Propósito deixava, aqui, de ter o status de buzzword startupeira e passava a representar um norteador estratégico fundamental de qualquer planejamento.

Hoje, vivemos um cenário pós-digital que, acelerado pela pandemia da Covid-19, evidenciou ainda mais as rachaduras e assincronias das sociedades brasileira e mundial. O filósofo e escritor Bayo Akomolafe escreveu, em sua conta no Twitter, que esse é um momento fundamental para o nascimento de um novo modelo econômico alternativo ao capitalismo. “Este é um tempo de rachaduras e aberturas. É sobre se reunir em torno de locais de rupturas. É sobre sermos forçados a pensar. É sobre o que acontece quando seguir em frente já não é mais possível. Quando não há mais para onde ir.”

Esse cenário é composto por uma narrativa de pós-propósito, em que já não basta à uma empresa ser um vetor de mudança. Ela precisa, ela mesma, ser a mudança.

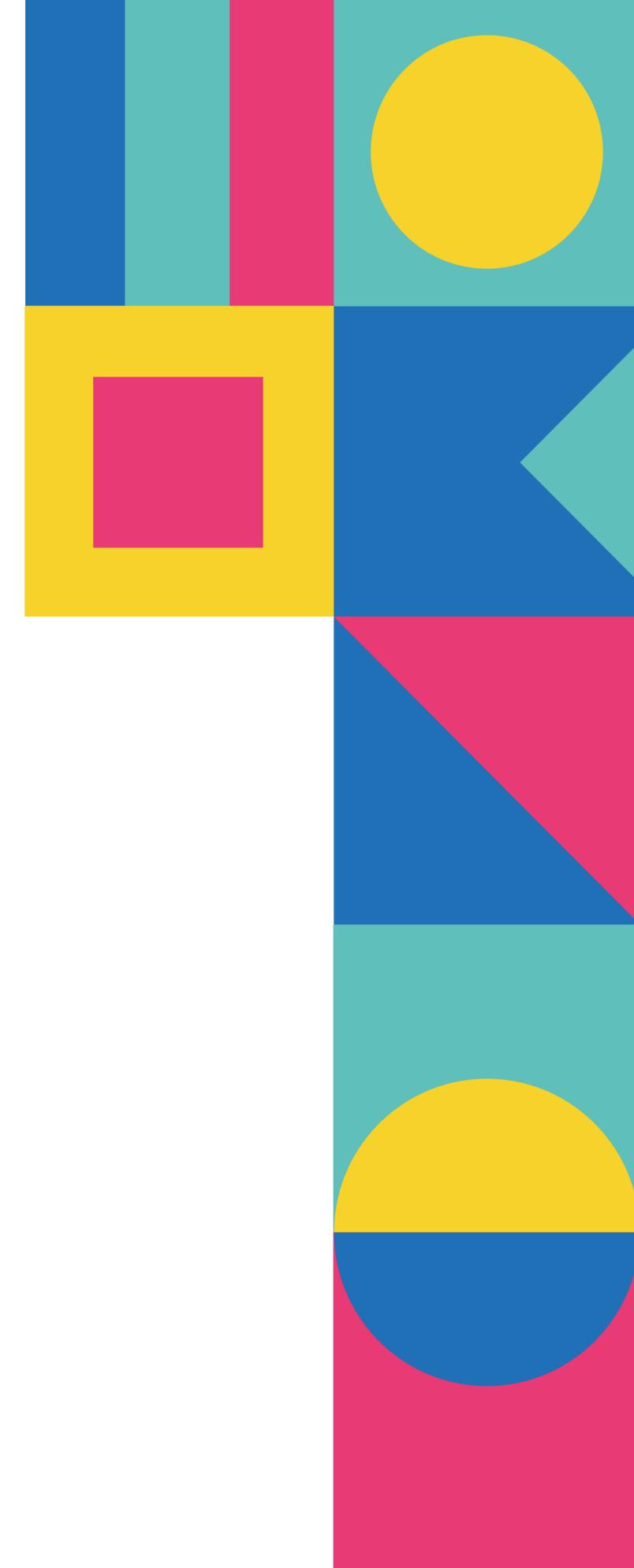
Nesse contexto, empresas e marcas já não são mais cobradas apenas por seus clientes e consumidores, mas por seus próprios colaboradores. Um sinal desse novo comportamento foi a pressão de funcionários de grandes empresas norte-americanas por um posicionamento frente ao assassinato de George Floyd pela polícia nos Estados Unidos. No Google, as reivindicações foram para que não se vendessem mais softwares para a polícia. Na Amazon, funcionários exigiram que Jeff Bezos não levasse adiante as negociações que pretendiam oferecer à polícia norte-americana tecnologia de reconhecimento facial. E centenas de funcionários da Microsoft levaram uma carta à presidência pedindo o fim dos negócios com a polícia de Seattle em razão do uso desmedido de violência em sua abordagem.

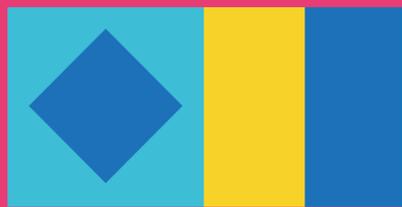
O cenário traz à tona os influenciadores ativistas e faz ativistas virarem influenciadores. É uma mudança que acompanha um comportamento geracional menos egocêntrico e mais ecocêntrico.

1. INTRODUÇÃO

Nas páginas a seguir, apresentamos um contexto mais detalhado sobre o tema, além dos impactos dessa nova economia nos negócios. A análise retrata o ecossistema brasileiro de impacto e estabelece uma visão internacional sobre o que está acontecendo nas principais economias do mundo. Abordamos, também, algumas certificações que auxiliam no processo interno de estruturação das empresas e atuam como diferenciais competitivos frente às empresas tradicionais.

O estudo conta, ainda, com algumas boas práticas e a proposição de atividades a serem adotadas desde já para que os negócios sejam cada vez mais comprometidos com a evolução social e a perenidade do planeta.





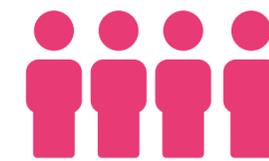
2. CONTEXTO

“Eu sonho mais alto que drones
Combustível do meu tipo? A fome
Pra arregaçar como um ciclone (Entendeu?)
Pra que amanhã não seja só um ontem
Com um novo nome”
AmarElo - Emicida

2.1 EMPRESAS DE IMPACTO

Em novembro de 2019, a [Pipe.Social](#)¹, o [Instituto de Cidadania Empresarial](#)² e a [Aliança Pelos Investimentos e Negócios de Impacto](#)³ publicaram um estudo chamado [“O que são negócios de Impacto”](#). A demanda veio justamente do fato de não haver uma definição específica para esse tipo de negócio, mas sim análises subjetivas que podem ser aceitas por uns e não por outros.

O estudo ouviu mais de 280 pessoas e analisou o cenário em 13 países.



280
PESSOAS



13
PAÍSES

O ponto em comum é o entendimento de que negócios de impacto consideram, obrigatoriamente, **duas variáveis:**

1.

INTENCIONALIDADE
DE IMPACTO

2.

IMPACTO
GERADO

[Pipe.Social](#)¹ - A Pipe.Social é uma vitrine de negócios de impacto sócio ambiental brasileiros;

[Instituto de Cidadania Empresarial](#)² - O ICE é uma organização dedicada ao fortalecimento do ecossistema de investimentos e negócios de impacto no Brasil;

[Aliança Pelos Investimentos e Negócios de Impacto](#)³ - A Aliança é uma iniciativa criada com o objetivo de apoiar o fortalecimento de um ecossistema para a agenda de investimento e negócios de impacto no Brasil.

2. CONTEXTO

No entanto, ainda não existem critérios específicos que nos ajudem a definir essa intencionalidade ou mesmo um padrão de indicadores que possam medir o impacto de forma global. Isso leva a pontos de discussão que, normalmente, giram em torno de atividades de impacto nas empresas, o apoio em áreas temáticas de atuação ou negócios que remetem ao perfil sociodemográfico do empreendedor. Com base nesse contexto, o estudo define negócios de impacto como:

Empreendimentos que têm a intenção clara de ocupar-se de um problema socioambiental por meio de sua atividade principal (seja seu produto, seu serviço ou sua forma de operação) e atuam de acordo com a lógica de mercado, com a busca de retorno financeiro e com o compromisso de medir o impacto que geram.

Em resumo, esse estudo recorre às seguintes definições:

2. CONTEXTO

O QUE SÃO NEGÓCIOS DE IMPACTO?

Como identificar um negócio de impacto



Fonte: Estudo "O que são Negócios de Impacto".



EVOLUÇÃO DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO

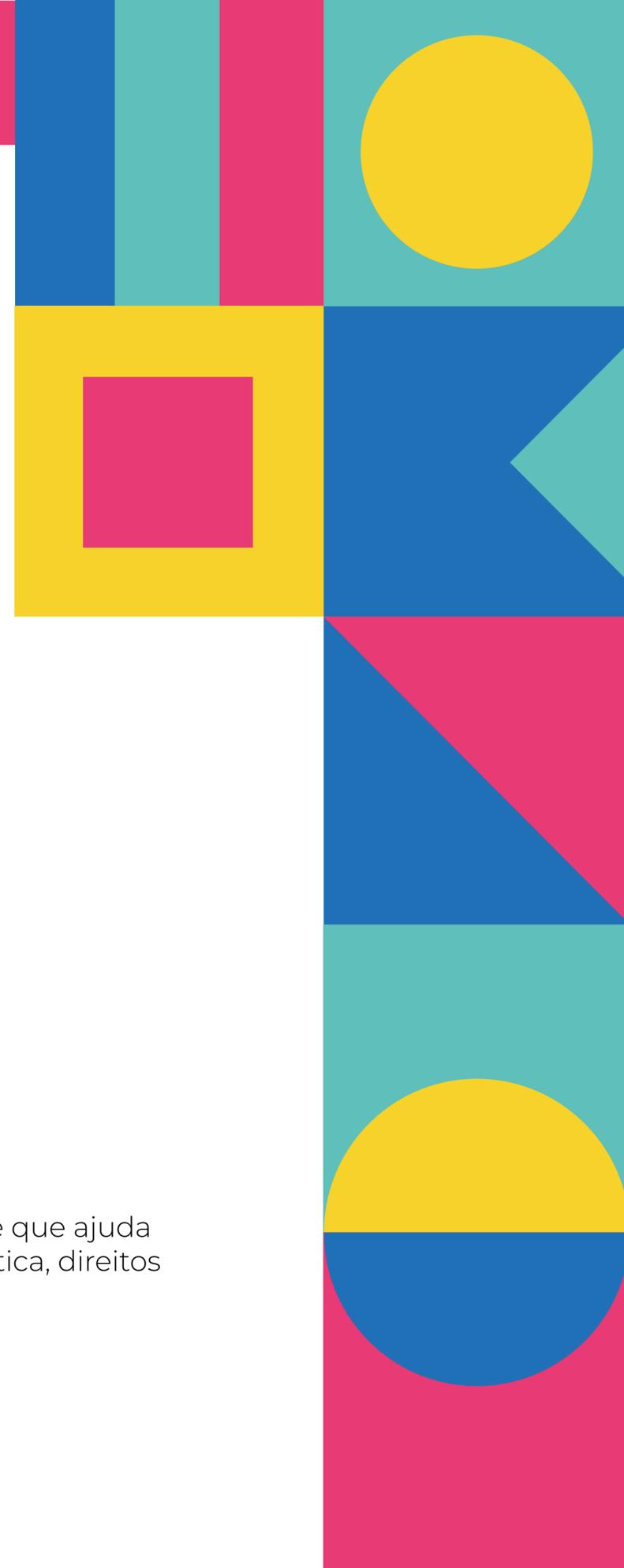
Ao longo dos anos, novos termos foram criados e, com eles, surgiram indicadores que apontam a evolução do impacto das empresas nas esferas ambiental e social. Mas, independente do termos, o que se percebe no contexto pós-digital é a necessidade de aderir a essa estratégia como core business da empresa. Isso significa que linhas isoladas de produtos sustentáveis ou serviços direcionados ao impacto positivo enquanto outras atividades da empresa seguem o modelo capitalista tradicional não se sustentam junto ao novo consumidor.

É claro que, assim como a Organização das Nações Unidas estabelece a necessidade de uma condição de paz para que seja possível pensar em sustentabilidade, precisamos pensar em uma condição mínima de dignidade para que seja possível fazer escolhas relacionadas ao consumo. E é nesse aspecto que consideramos ainda mais relevante o papel das empresas na transformação da sociedade, assumindo a responsabilidade pela manutenção das condições de vida na Terra e desenvolvendo frentes de trabalho que permitam uma evolução social individual e coletiva.

De acordo com o [Guia dos ODS](#) para empresas, criado pela ONU em parceria com a [Global Reporting Initiative](#)⁴, as empresas desempenharão um papel fundamental no cumprimento das 169 metas contidas nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que definem, dentro da realidade de cada um dos 193 países signatários, as prioridades para uma economia próspera e equitativa.

Para que possamos entender os movimentos que existem e como a conversa evoluiu para que chegássemos nessa discussão, trazemos, nas próximas páginas, os principais conceitos relacionados ao impacto positivo: Responsabilidade Social Corporativa (RSC); Enviromental/Ambiental, Social e Governança (ESG/ASG); Valor Compartilhado e, por fim, os próprios Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

[Global Reporting Initiative](#)⁴ - A *Global Reporting Initiative* é uma organização internacional de padrões independente que ajuda empresas, governos e outras organizações a entender e comunicar seus impactos em questões como mudança climática, direitos humanos e corrupção.



2. CONTEXTO

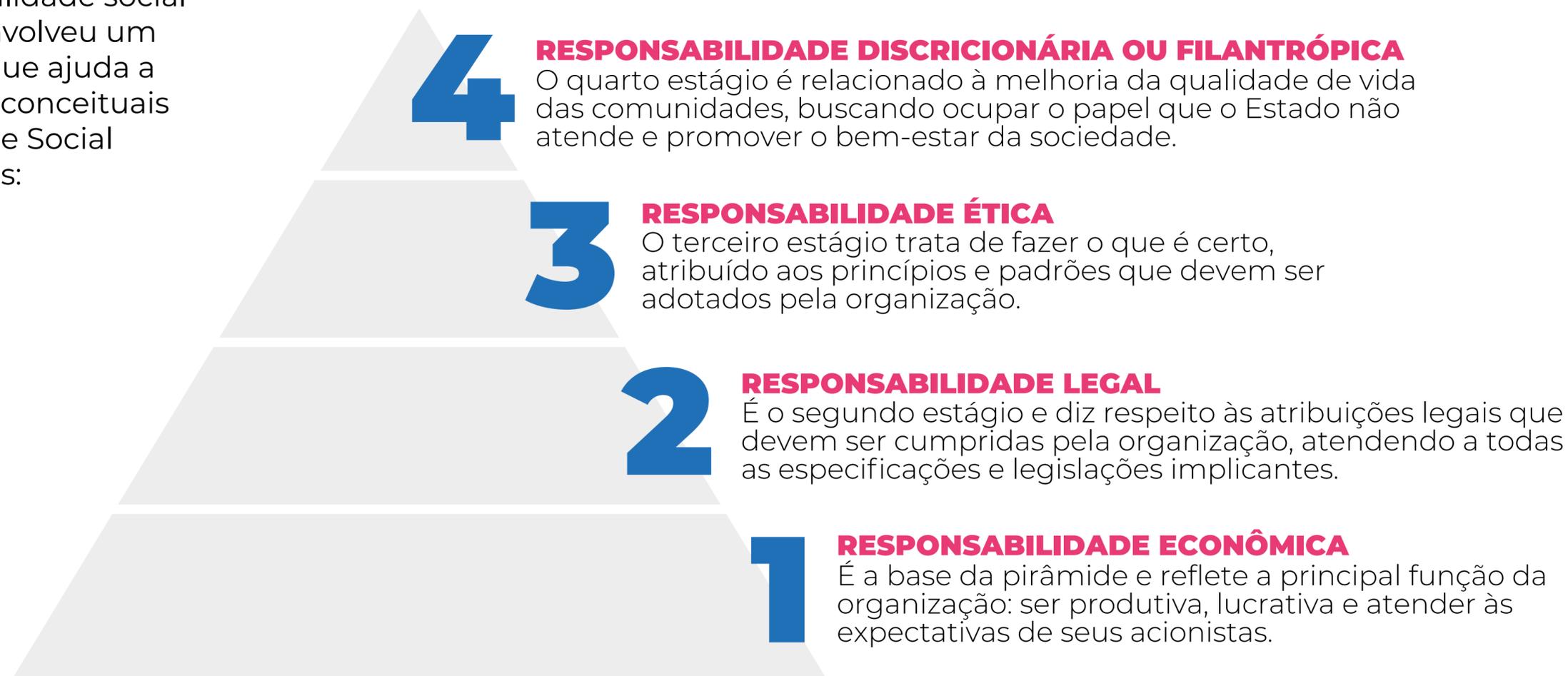
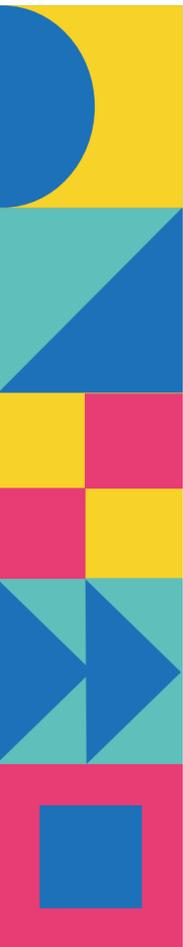
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

No início da industrialização, o papel das empresas era meramente econômico: elas produziam, o mercado consumia, e o Estado regulamentava. Com o passar do tempo, o desenvolvimento dos negócios e o enriquecimento dos donos de empresas promoveram a desigualdade de classes entre a população, o que, somado à desestruturação do governo em atender às suas necessidades sociais, fez com que as organizações começassem a repensar seu papel perante as comunidades locais. Ainda não havia uma preocupação social, mas existia a necessidade de manutenção da força de trabalho, buscando sempre melhores resultados.

Por definição, a Responsabilidade Social Corporativa é o conjunto de ações voluntárias de uma empresa em prol da sociedade.

Assim, na década de 50, iniciou-se um movimento que trouxe um olhar de responsabilidade social para as empresas, ainda periférico em relação ao negócio principal. O movimento se chamou Responsabilidade Social Corporativa (RSC), também conhecido por Responsabilidade Social Empresarial (RSE), remetendo a um compromisso ético-legal das organizações buscando atender às demandas sociais geradas pelo seu próprio desenvolvimento. Por definição, a Responsabilidade Social Corporativa é o conjunto de ações voluntárias de uma empresa em prol da sociedade. Trata-se de uma forma de ação autorregulada e integrada ao negócio.

Com o aumento da discussão acerca do assunto e buscando embasar os conceitos e ilustrá-los de forma a facilitar seu entendimento, o pesquisador do tema responsabilidade social Archie Carroll desenvolveu um modelo piramidal que ajuda a entender os pilares conceituais da Responsabilidade Social Corporativa. São eles:



Fonte: Carroll (1991)

2. CONTEXTO



No Brasil, os primeiros estudos da academia sobre o tema surgiram em meados da década de 60, ainda abordando apenas o equilíbrio econômico e social, não mencionando o tema de responsabilidade social de forma direta. O fim da década de 70 apresenta os primeiros estudos abordando as três frentes, mas o assunto só deixa as salas de aula e passa a ser discutido pelos empresários locais em 1996, através de um movimento liderado pelo fundador do Instituto Brasileiro de Análises Sociais (IBASE), Herbert de Souza, o Betinho. Em 1998, com a criação do Instituto Ethos, a missão ganhou forma e, com ela, surgiu a ideia de elaboração e publicação do Balanço Social das empresas brasileiras.

Em uma visão simplória, investir na gestão socialmente responsável pode parecer um mero aumento de custos. Porém, estudos já apresentam resultados que as empresas estão colhendo a partir de tais investimentos. Segundo uma pesquisa realizada por Grajew (2000), as empresas destacam benefícios como:

VALORIZAÇÃO DA IMAGEM INSTITUCIONAL E DA MARCA.

MAIOR LEALDADE DE TODOS OS PÚBLICOS, INCLUSIVE DO CONSUMIDOR.

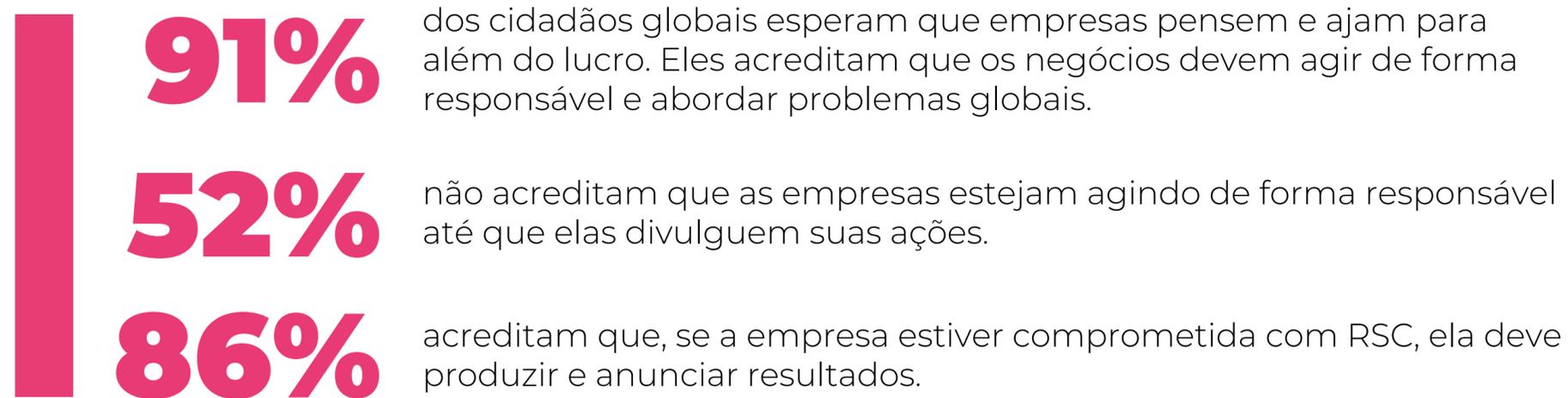
MAIOR CAPACIDADE DE RECRUTAR E DE MANTER TALENTOS.

FLEXIBILIDADE E CAPACIDADE DE ADAPTAÇÃO, ALÉM DA SOBREVIVÊNCIA DA EMPRESA EM LONGO PRAZO.

MAIOR IMPORTÂNCIA À ORGANIZAÇÃO CONFERIDA PELA COMUNIDADE.

2. CONTEXTO

Uma pesquisa realizada pela **Cone Communications** aponta que 91% dos consumidores globais já esperam que as empresas atuem de maneira socialmente responsável, principalmente em questões ambientais e sociais, mas que 52% não acreditam que as empresas o fazem até que elas divulguem. A mesma pesquisa aponta, ainda, que 71% dos consumidores não se importam de pagar a mais por produtos socialmente e ecologicamente responsáveis.



Fonte: *Cone Communications*

Apesar de ainda limitados no Brasil, estudos internacionais estão desenvolvendo uma ampliação no conceito de RSC, abordando temas complementares e propondo um modelo que unifica a Responsabilidade Social Corporativa e a estratégia organizacional. Além disso, o desenvolvimento de modelos de avaliação do desempenho social continua sendo um objeto constante de estudo, na tentativa de buscar uma métrica que possa classificar e orientar as empresas quanto aos seus próximos passos, visto que os

modelos já apresentados seguem sendo criticados, inclusive pelos seus próprios autores.

Com as atividades de RSC variando entre empresas e setores, faltam indicadores comparáveis disponíveis, dando espaço para o desenvolvimento de um modelo qualificável, surgindo o conceito de ESG - Environmental, Social, Governance. Enquanto a RSC visa tornar uma empresa responsável, os critérios do ESG tornam seus esforços mensuráveis.

2. CONTEXTO

ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE (ESG)

A preocupação com o impacto social e ambiental não é novidade, e o mercado financeiro vem acompanhando esse comportamento. Recentemente, a *Blackrock*, uma das maiores gestoras de ativos do mundo, publicou uma carta em que reconhece a importância das empresas sustentáveis para perspectivas de longo prazo, especialmente as que se relacionam à causa climática.

Segundo representantes da empresa, o risco climático vai impactar tanto o nosso mundo tangível como o sistema global que financia o crescimento econômico. “O que acontecerá com as hipotecas de 30 anos – um pilar fundamental das finanças – se os credores não puderem estimar o impacto do risco climático para um horizonte tão longo e o que acontecerá com as áreas afetadas por enchentes ou incêndios se não houver um mercado de seguros viável para esses eventos? O que acontece com a inflação e, por sua vez, com as taxas de juros se o valor dos alimentos aumenta devido a secas ou a inundações? Como podemos modelar o crescimento econômico se os mercados emergentes veem sua produtividade cair como resultado das temperaturas extremamente altas e outros impactos climáticos?”



A
DISRUPÇÃO
CHEGOU AO
MERCADO
FINANCEIRO:
COMO
INVESTIR
COM
PROPÓSITO
warren.com.br

2. CONTEXTO

Se uma das maiores gestoras de ativos do planeta, com trilhões de dólares sob sua gestão, tem essa visão, é um sinal claro de que a mudança já está em transformação. Ainda segundo a *Blackrock*, da Europa à Austrália, da América do Sul à China, da Flórida ao Oregon, os investidores estão perguntando como devem ajustar seus portfólios. Diante dessa cobrança e do entendimento cada vez maior de que todos os governos, empresas e acionistas devem enfrentar as mudanças climáticas, já há uma tendência documentada de investimento nas chamadas empresas ESG.

Os termos ESG (Environmental, Social, Governance) ou ASG (Ambiental, Social e Governança) são utilizados para designar práticas de mercado que consideram esses três aspectos centrais na medição da sustentabilidade e do impacto social de um investimento em uma empresa ou negócio.

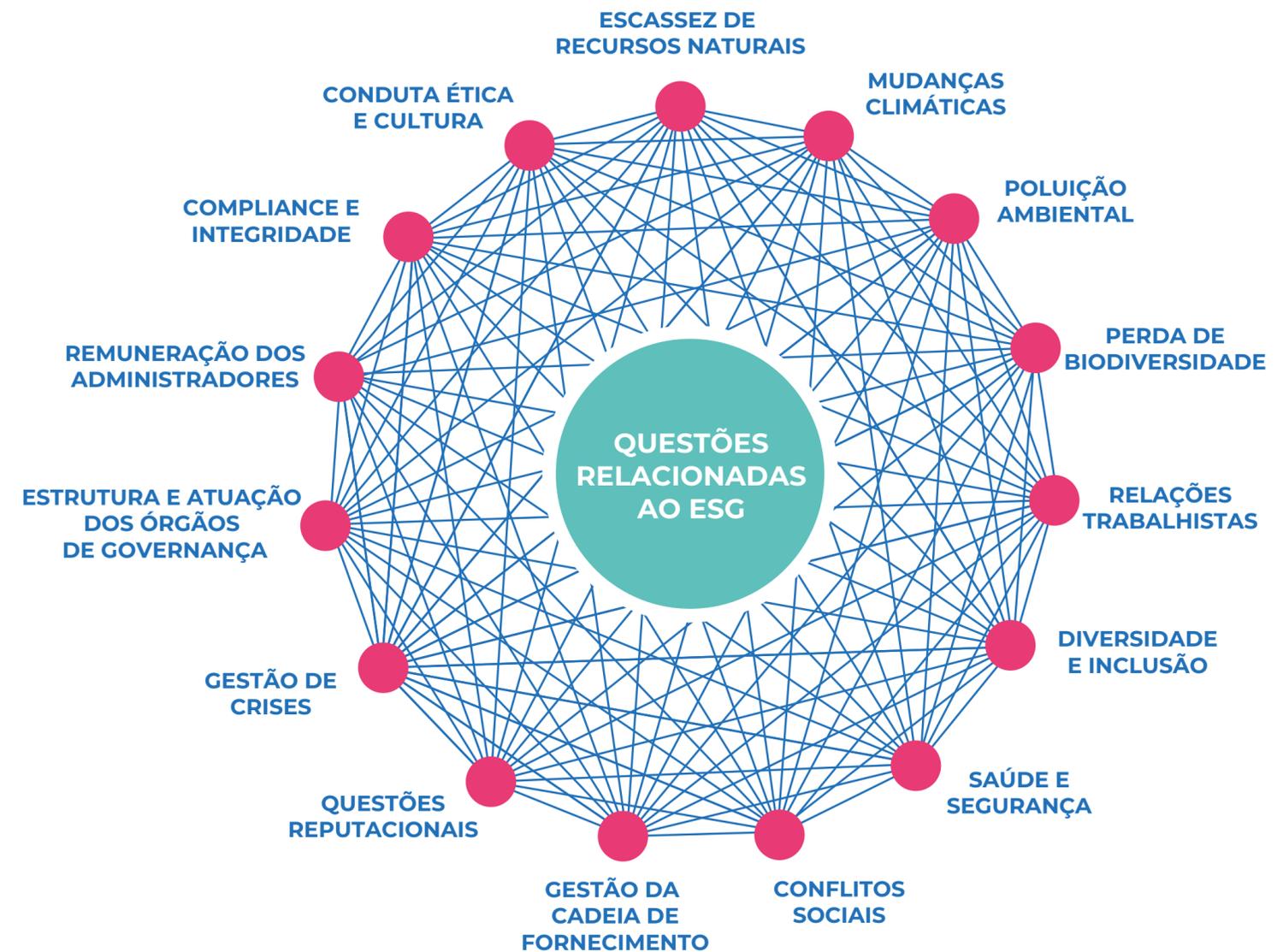
O termo foi cunhado pela primeira vez em 2005 em estudo chamado “*Who Cares Wins*” — em tradução livre, “Ganha quem se importa”. Hoje, os investimentos ESG são estimados em mais de US\$ 20 trilhões em ativos administrados ou cerca de um quarto de todos os ativos gerenciados profissionalmente em todo o mundo. Seu rápido crescimento se baseia no movimento de Investimento Socialmente Responsável (SRI), que existe há muito mais tempo e está vinculado aos valores da Responsabilidade Social Corporativa. Mas, ao contrário do SRI, que se baseia em critérios éticos e morais e usa principalmente aspectos negativos — como não investir em álcool, tabaco ou armas de fogo —, o investimento ESG é baseado no pressuposto de que os três fatores têm relevância financeira.

2. CONTEXTO

Também em 2005, a Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP/FI) produziu o chamado “[Relatório Freshfield](#)”, que discorre sobre a relevância das questões ESG na avaliação de empresas.

Esses dois relatórios formaram a espinha dorsal para o lançamento dos Princípios para o Investimento Responsável (PRI) na Bolsa de Valores de Nova York em 2006 e o lançamento da *Sustainable Stock Exchange Initiative* (SSEI) no ano seguinte.

Os investimentos ESG se aceleraram em 2013, especialmente porque as empresas que tiveram um bom desempenho nos parâmetros ESG também obtiveram melhores resultados financeiros.



Fonte: KPMG



O compromisso com os critérios ESG aumentou 41% entre 2014 e 2016, totalizando US\$ 8,4 trilhões em ativos, de acordo com o *Global Sustainable Investment Alliance*⁵ (GSIA). A demanda por analistas ESG no mercado de trabalho disparou. O ESG também se manifestou como desinvestimentos induzidos pelos critérios de impacto. Essa ameaça pode ser fundamental para fazer as empresas levarem a sustentabilidade a sério. No entanto, a desvantagem dos desinvestimentos é que, depois que um desinvestimento acontece, não há incentivo para a empresa mudar para processos mais verdes.

Segundo uma pesquisa da [McKinsey](#), 83% dos altos executivos e profissionais de investimento afirmam que há uma expectativa de que os programas de ESG contribuam mais para o valor aos acionistas nos próximos cinco anos do que fazem atualmente.

O crescente interesse na performance de ESG das empresas resultou em uma proliferação de relatórios, rankings, solicitações de investidores e analistas e outros mecanismos de transparência. As respostas obtidas nessa mesma pesquisa revelam um anseio quase universal por parte dos investidores e executivos de aprimorar as abordagens atuais e criar métricas e padrões de dados de ESG que sejam fáceis de utilizar.

*Global Sustainable Investment Alliance*⁵ - A *Global Sustainable Investment Alliance* é uma organização que promove investimentos sustentáveis através de uma série de afiliadas regionais.

O que cada pilar compreende:

E

O E em ESG diz respeito a critérios ambientais. Inclui a energia que a empresa absorve e os resíduos que ela descarrega, os recursos de que necessita e as consequências disso para os seres vivos. O pilar abrange ainda as emissões de carbono e os impactos na mudança climática.

S

O pilar S compreende critérios sociais. Aborda os relacionamentos que a empresa tem e a reputação que ela promove com pessoas e instituições nas comunidades onde faz negócios. O S inclui ainda as relações de trabalho e os esforços por diversidade e inclusão.

G

Por fim, temos o pilar G, de governança, Compreende o sistema interno de práticas, controles e procedimentos que a empresa adota para se governar, tomar decisões eficazes, cumprir a lei e atender às necessidades das partes interessadas externas.

Ao usar esses critérios e princípios para analisar as empresas, o investidor e as administradoras de fundos de ações podem separar aquelas que realmente cumprem esses requisitos daquelas que praticam o *greenwashing*, que é um disfarce ou maquiagem que empresas fazem para parecerem ambiental e socialmente conscientes e, a partir disso, conseguirem benefícios como valorização da marca ou isenções tributárias.



VALOR COMPARTILHADO

O capitalismo foi posto em xeque, e o modelo já não é mais aceito pelas gerações nascidas a partir de 1980. Enquanto ainda se buscam novos formatos, os negócios de valor compartilhado se consolidam. O conceito de cadeia de valor, criado por Michael E. Porter em 1985 e revisitado, em 2011, pelo próprio autor em conjunto com Mark R. Kramer, considera que, além do valor gerado para os acionistas da empresa, a empresa deve gerar valor para o mundo.

[No artigo publicado há nove anos](#), os autores ressaltam o movimento que traz a responsabilidade da periferia para o centro da operação das empresas. “A empresa deve liderar a campanha para voltar a unir a atividade empresarial e a sociedade. Ainda não temos, no entanto, um marco geral para nortear essa iniciativa — e a maioria das empresas continua presa a uma mentalidade de ‘responsabilidade social’ na qual questões sociais estão na periferia, não no centro. Valor compartilhado não é responsabilidade social, filantropia ou mesmo sustentabilidade, mas uma nova forma de obter sucesso econômico. E, a nosso ver, pode desencadear a próxima grande transformação no pensamento administrativo”, dizem os autores.

O conceito de valor compartilhado pode ser definido como políticas e práticas operacionais que aumentam a competitividade de uma empresa, ao mesmo tempo que melhoram as condições socioeconômicas nas comunidades em que a empresa atua.

O foco da geração de valor compartilhado é identificar e ampliar o elo entre o progresso social e o econômico, segundo Porter.

Quando falamos de valor compartilhado, em primeira instância, falamos de três aspectos possíveis: reconceber produtos e mercados, redefinir a produtividade na cadeia de valor e montar clusters setoriais de apoio nas localidades da empresa.

2. CONTEXTO

RECONCEBER PRODUTOS E MERCADOS: RECONHECER AS NECESSIDADES DA SOCIEDADE, COMO SAÚDE, MORADIA, NUTRIÇÃO, AUXÍLIO PARA O IDOSO, SEGURANÇA FINANCEIRA E MENOS DANOS AMBIENTAIS, E ATENDER A ESSAS DEMANDAS ATRAVÉS DE PRODUTOS E SERVIÇOS QUE BUSQUEM SOLUCIONÁ-LOS.

REDEFINIR A PRODUTIVIDADE NA CADEIA DE VALOR: OS PROBLEMAS SOCIAIS, COMO O USO DOS RECURSOS NATURAIS E DA ÁGUA, SAÚDE, SEGURANÇA, CONDIÇÕES DE TRABALHO E IGUALDADE DE TRATAMENTO NO LOCAL DE TRABALHO, PODEM GERAR CUSTOS ECONÔMICOS PARA A CADEIA DE VALOR DA EMPRESA. SURGEM, ENTÃO, OPORTUNIDADES, POIS, AO ENFRENTAR UM PROBLEMA SOCIAL, A EMPRESA PODE REDUZIR SEUS CUSTOS AO ENCONTRAR UMA NOVA ALTERNATIVA DE OPERAR PARA ENFRENTAR OS DESAFIOS DA SOCIEDADE.

MONTAR *CLUSTERS* SETORIAIS DE APOIO NAS LOCALIDADES DA EMPRESA: O SUCESSO DE QUALQUER EMPRESA É AFETADO POR NEGÓCIOS DE APOIO E PELA INFRAESTRUTURA QUE A CERCA. A PRODUTIVIDADE E INOVAÇÃO SÃO FORTEMENTE INFLUENCIADAS PELOS *CLUSTERS* OU ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS. AO CRIAR *CLUSTERS* PARA CORRIGIR FALHAS NAS CONDIÇÕES ESTRUTURAIS, MELHORA-SE A PRODUTIVIDADE DAS EMPRESAS E GERA-SE VALOR COMPARTILHADO.

Segundo Porter e Kramer, o lucro que envolve um propósito social é uma forma superior de capitalismo — forma que permitirá à sociedade avançar mais rapidamente e a empresas crescer ainda mais. O resultado é um ciclo positivo de prosperidade empresarial e social que torna sustentável o lucro.

A criação de valor compartilhado pressupõe a conformidade com a legislação e com normas éticas, bem como a mitigação de qualquer dano causado pela empresa. Mas vai muito além disso. A oportunidade de gerar valor econômico através da criação de valor social será uma das mais poderosas forças motrizes do crescimento econômico mundial. Essa ideia representa uma nova forma de entender clientes, produtividade e influências externas sobre o sucesso da empresa. Põe em relevo as enormes necessidades humanas a serem satisfeitas, os grandes e novos mercados a servir e os custos internos de déficits sociais e comunitários — bem como vantagens competitivas a serem obtidas com seu enfrentamento.

2. CONTEXTO

NESTLÉ

A Nestlé trabalha o tema como estratégia desde 2006. Em 2016, atualizou um conjunto de 41 compromissos socioambientais, alinhando-os com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas.

A companhia expressa os valores e a missão de oferecer soluções em saúde e nutrição que contribuam para o bem-estar dos consumidores e suas famílias, em todas as fases da vida. As metas são aplicadas em todas as etapas da cadeia produtiva, passando por operações, fornecedores e produtores rurais, até clientes e consumidores. Esses compromissos são divididos em três áreas de impacto: Indivíduos e Famílias, Comunidades e Planeta. Entre esses compromissos, figuram ações como reduzir açúcares, gorduras e sódio de seus produtos, prezar pelos direitos humanos em toda sua cadeia produtiva e atingir um impacto ambiental neutro nas operações.

Em 2012, a empresa lançou um site específico do movimento, que, além de divulgar as metas e resultados alcançados, aponta soluções sustentáveis que podem ser adotadas por seus clientes. O site pode ser acessado em: www.criandovalorcompartilhado.com.br.

NATURA

Empresa referência em sustentabilidade no Brasil, a Natura reforça a preocupação com o impacto ambiental e social a cada ano. As ações estão refletidas em sua cadeia de valor.

Concepção e desenvolvimento de produtos: Os produtos são 100% vegetarianos, e 80% do portfólio é vegano.

Fornecimento de matéria-prima: A Natura possui forte relação com a Amazônia e, ao longo de sua história, promove esforços para a preservação e o desenvolvimento sustentável dos negócios da região.

Transformação e produção: A Natura é uma empresa Carbono Neutro em toda a cadeia de valor.

Venda por relações: Em 2019, a renda das consultoras se manteve em linha com 2018, e a renda média das líderes cresceu 12%.

Experiência de marca: Estimular o consumo consciente é uma das iniciativas contempladas aqui. Por isso, o e-commerce mostra o impacto positivo que cada produto gera na sociedade e no planeta.

2. CONTEXTO

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

Como um apelo universal para proteger o planeta e garantir que todas as pessoas tenham dignidade, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) foram instituídos pela Organização das Nações Unidas (ONU), na tentativa de orientar os próximos movimentos e engajar países ao redor do mundo.

Criados em 2012 no Brasil, durante a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável no Rio de Janeiro, os ODS têm a intenção de conduzir os governos, empresas e sociedade para um mundo mais sustentável e inclusivo, servindo de orientação para os países superarem os desafios ambientais, políticos e econômicos mais urgentes.

O termo desenvolvimento sustentável foi cunhado pela primeira vez em 1987 no Relatório Brundtland, elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento pertencente a ONU. Mas foi na Conferência de Estocolmo, em 1972 que a ideia ganhou força. A partir de então, houve um movimento global em prol da sustentabilidade, e a ONU passou a organizar

conferências que reuniram lideranças de todo o mundo para discutir e incentivar iniciativas para promover o desenvolvimento sustentável em seus países.

No ano 2000, durante a Cúpula do Milênio, foram elaborados os Objetivos do Milênio (ODM), que são os antecessores dos ODS. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável substituem, então, os ODM, absorvendo o que não foi cumprido e estendendo o compromisso para todos os setores da sociedade global: empresas públicas e privadas, ONGs, governos, lideranças políticas, ativistas e sociedade civil.

A relação é formada por 17 objetivos que convergem entre si e integram temas diversos, como consumo sustentável, mudança climática, desigualdade econômica, inovação, diversidade, paz e justiça. Os ODS se desdobram, ainda, em 169 metas que integram a Agenda 2030, ano que representa a meta de cumprimento do plano.



2. CONTEXTO



ODS1 - Erradicação da pobreza: acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares.



ODS2 - Fome zero e agricultura sustentável: acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável.



ODS3 - Saúde e bem-estar: assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas e todos, em todas as idades.



ODS4 - Educação de qualidade: assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos.



ODS5 - Igualdade de gênero: alcançar a igualdade de gênero e empoderar as mulheres e meninas. Todas as mulheres e meninas precisam se sentir empoderadas.



ODS6 - Água limpa e saneamento: Assegurar a disponibilidade e a gestão sustentável de água e saneamento para todas e todos.



ODS7 - Energia limpa e acessível: Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todas e todos.



ODS8 - Trabalho decente e crescimento econômico: Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho decente para todas e todos.



ODS9 - Inovação e infraestrutura: Construir uma infraestrutura resiliente, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.



ODS10 - Redução das desigualdades: Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles.

2. CONTEXTO



ODS11 - Cidades e comunidades sustentáveis: Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.



ODS12 - Consumo e produção responsáveis: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.



ODS13 - Ação contra a mudança global do clima: Tomar medidas urgentes para combater a mudança de clima e seus impactos.



ODS14 - Vida na água: Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.



ODS15 - Vida terrestre: Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade.



ODS16 - Paz, justiça e instituições eficazes: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar acesso à justiça para todas e todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.



ODS17 - Parcerias e meios de implementação: Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

2. CONTEXTO

ACOMPANHAMENTO DOS ODS

A Agenda 2030 estabelece que “os governos têm a responsabilidade primária de acompanhamento e revisão, em âmbito nacional, regional e global, do progresso alcançado na implementação dos Objetivos e metas ao longo dos próximos 15 anos”.

Nos níveis nacional e subnacional, as Nações Unidas recomendam a realização de revisões regulares e inclusivas.

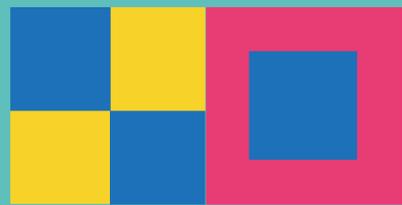
No nível regional, o exercício de acompanhamento e revisão dos ODS consiste no aprendizado mútuo entre países de cada região, no compartilhamento de melhores práticas e na discussão de objetivos comuns e questões transfronteiriças. Na região a qual o Brasil pertence, o acompanhamento e a revisão são feitos pelo Fórum dos Países da América Latina e do Caribe sobre Desenvolvimento Sustentável, convocado anualmente pela Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe - CEPAL.

No nível global, o Fórum Político de Alto Nível (HLPF) constitui o ápice da arquitetura de acompanhamento e revisão da Agenda 2030. O Fórum tem como mandato promover uma melhor responsabilização, concentrar os esforços para a ação, analisar a implementação dos ODS por todos os Estados-Membros e responder às novas e emergentes tendências de desenvolvimento, considerando os três pilares do desenvolvimento sustentável.

Para garantir que ninguém seja deixado para trás, serão necessários dados confiáveis, desagregados, acessíveis e atualizados. E é por isso que a identificação e o estabelecimento dos indicadores, focados em resultados mensuráveis, especialmente no nível nacional e subnacional, são o desafio mais imediato dos países.

É possível acompanhar o andamento do Brasil no cumprimento dos ODS através do link <https://odsbrasil.gov.br>.





3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

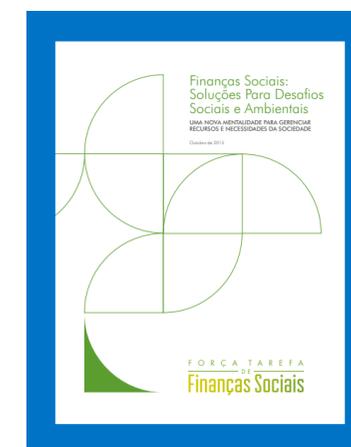
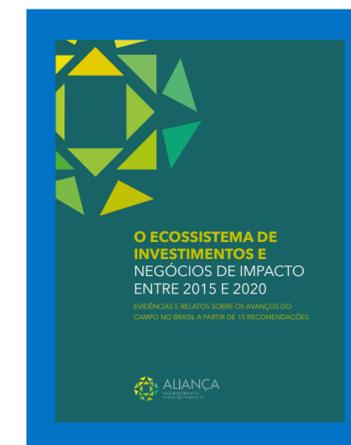
“O sucesso não tem a ver com quanto dinheiro você ganha, mas com a diferença que você faz na vida de outras pessoas.”
Michelle Obama

O CENÁRIO NACIONAL

A Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto foi criada no Brasil em 2014. Liderada pelo ICE (Instituto de Cidadania Empresarial), a rede de organizações busca ampliar o número e a efetividade de negócios comprometidos em resolver problemas sociais e ambientais e atrair mais capital para fomentar esses negócios. Em 2020, foi responsável pela publicação chamada [“O Ecossistema de Investimentos e Negócios de Impacto entre 2015 e 2020”](#), com informações, evidências e relatos sobre o avanço do ecossistema de investimentos e negócios de impacto no Brasil.

Essa publicação de 2020 é uma atualização de outra feita também pela Aliança, em 2015, chamada [“Finanças Sociais: soluções para desafios sociais e ambientais”](#). A publicação de 2015 trazia uma leitura do estágio de maturidade das discussões e iniciativas brasileiras na agenda de investimentos e negócios de impacto, além de uma visão de futuro pautada em quatro engrenagens com funcionamento simultâneo (oferta de capital, negócios de impacto qualificados e com potencial de crescimento, organizações intermediárias e macroambiente favorável) e quinze recomendações de caminhos possíveis para que essa visão se tornasse realidade.

O resgate desse cenário previsto e a atualização para o cenário realizado funcionam como uma prestação de contas na publicação de 2020 e reforçam uma importante premissa da Aliança, de que as recomendações feitas devem ser co-criadas e implementadas com a rede de organizações que atuam e se interessam pelo ecossistema de impacto no Brasil, através de esforço coletivo.



3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

A seguir, de acordo com as duas publicações da Aliança (2015 e 2020), as **quatro engrenagens** são apresentadas e detalhadas através de conceitos e dados recentes, buscando a caracterização do ecossistema de negócios de impacto no Brasil e o levantamento de suas principais oportunidades de desafios:



Ampliação da oferta de capital

Em uma das pontas do ecossistema, estão os atores da oferta de capital — aqueles que doam, emprestam ou investem recursos financeiros. Tais atores alocam recursos através de mecanismos como filantropia, empréstimos e fundos sociais, fundos patrimoniais, crowdfunding, contratos de performance (*social impact bonds*) e investimentos com o objetivo de retorno financeiro com impacto social (investimento de impacto).

Nesse sentido, a proposta dessa engrenagem é trazer mais recursos financeiros para o ecossistema de negócios de impacto no Brasil, por meio de doações, empréstimos, contratações ou investimentos, não só identificando os atores com potencial de contribuição, mas também convocando novos atores e criando produtos financeiros de impacto com o intuito de viabilizar o fluxo desses recursos. O relatório divulgado em 2020 pela ANDE (*Aspen Network of Development Entrepreneurs*) auxilia na comprovação dos resultados e avanços pontuados pela pesquisa da Aliança entre 2015 e 2020 em relação à existência e ao fluxo de recursos destinados e aplicados no ecossistema de impacto no Brasil.

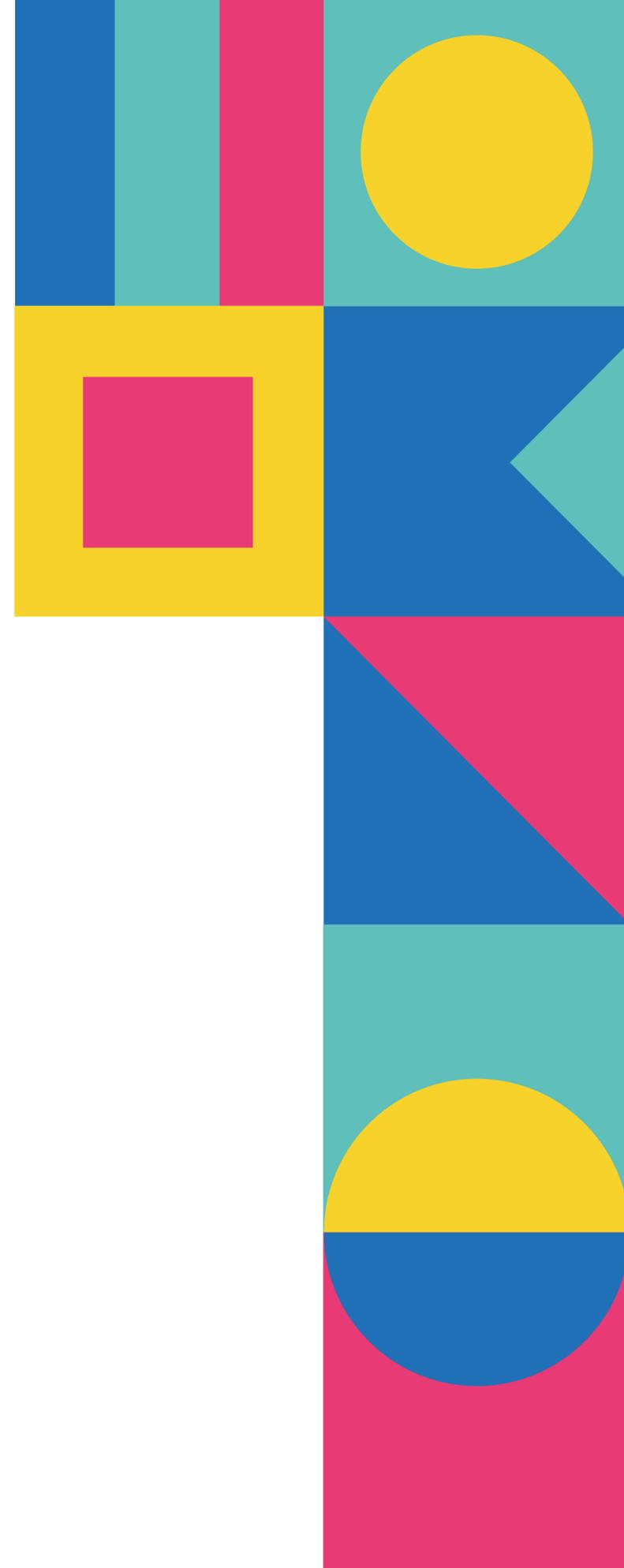
Com periodicidade bianual, a ANDE publicou, em 2020, o relatório chamado Investimento de Impacto na América Latina, que revela que os investimentos de impacto no Brasil mais do que dobraram no último período, saindo de US\$ 343 milhões para US\$ 785 milhões. O volume de transações saltou de 69 entre 2016 e 2017 para 107 entre 2018 e 2020.



3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

A Aliança pontua que, de 2015 para 2020, houve aumento e pluralidade de fontes de recursos públicos e privados, fomentando negócios e o ecossistema de impacto no Brasil. Esse aumento foi possível devido à diversificação de produtos financeiros, embora somente duas grandes instituições financeiras tenham feito movimentos concretos da agenda de impacto e o avanço junto a governos para compras e contratações de negócios de impacto tenha sido inexpressivo.

Por fim, dentro desse mesmo recorte de tempo dos últimos cinco anos, ocorreu, no Brasil, a ampliação do número e do perfil dos investidores de impacto. Em 2015, o país somente contava com três fundos de investimento de impacto. Em 2020, além de apresentar crescimento na quantidade de participantes, o cenário contou também com a entrada de novos atores, como institutos e fundações, investidores-anjo, aceleradoras, institutos financeiros, family offices, empresas, organizações multilaterais e investidores internacionais, entre outros.



3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Aumento do número de negócios de impacto qualificados e com alto potencial de crescimento (escaláveis)

Na outra ponta do ecossistema de impacto no Brasil, estão os atores da demanda de capital — os negócios de impacto. Essa é a ponta que precisa dos investimentos analisados acima e que implementa as soluções que contribuem para a redução dos problemas sociais e ambientais e a regeneração da sociedade como um todo. Nesse sentido, a proposta dessa engrenagem é ter mais empreendedores, inclusive da base da pirâmide, comprometidos e instrumentalizados para construir negócios que resolvam questões sociais ou ambientais, tendo como base um modelo de operação economicamente sustentável. Ela parte da premissa de que:

viabilizar mais negócios de impacto levará a mais modelos de operação testados e a mais casos de sucesso com impacto mensurado e resultado financeiro comprovado, atraindo mais investimentos e gerando um ciclo virtuoso e inspirador para novos empreendedores e investidores.

No caminho da identificação dos negócios de impacto no Brasil, o Sebrae e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) lançaram, em 2017, a [Pesquisa Retrato dos Pequenos Negócios Inclusivos e de Impacto no Brasil](#), que fornece também dados sobre esses negócios:

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

RETRATO DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL NO BRASIL:

51%

têm menos de
um ano de
operação

70%

atuam no
setor de
serviços

28%

dos negócios estão nas
regiões Norte, Nordeste
e Centro-Oeste

45%

dos negócios são
administrados
por mulheres

36%

dos empreendedores
sociais têm entre 26 e
35 anos

Fonte: Pesquisa Retrato dos Pequenos Negócios Inclusivos e de Impacto no Brasil 2017 (Sebrae e PNUD).

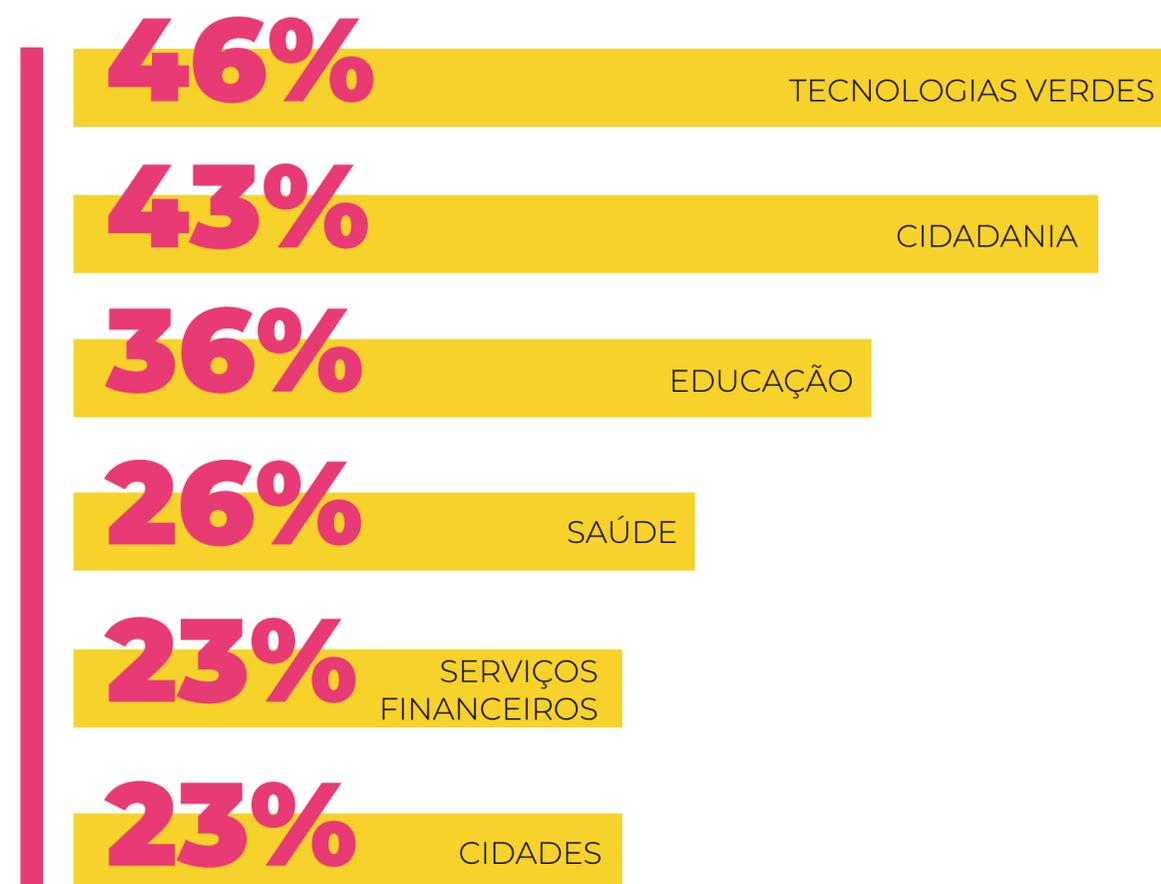
O [2º Mapa de Negócios de Impacto](#) (social + ambiental), realizado pela Pipe.Social em 2019, mapeou a existência de 1002 negócios de impacto no Brasil, um crescimento de 73% em relação aos dados da pesquisa anterior. A primeira edição, publicada em 2017, apontou a existência de 579 negócios de impacto.

É importante ressaltar que, além do próprio conceito de negócios de impacto, já explorado neste estudo, o mapeamento feito pela Pipe.Social em 2019 trabalha também com a definição de áreas de impacto, ao consolidar os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU em seis verticais de impacto socioambiental: Cidadania, Cidades, Educação, Serviços Financeiros, Saúde e Tecnologias Verdes.

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Dessa maneira, os 1002 negócios de impacto mapeados foram classificados nessas seis verticais (por área de impacto):

ÁREAS DE IMPACTO

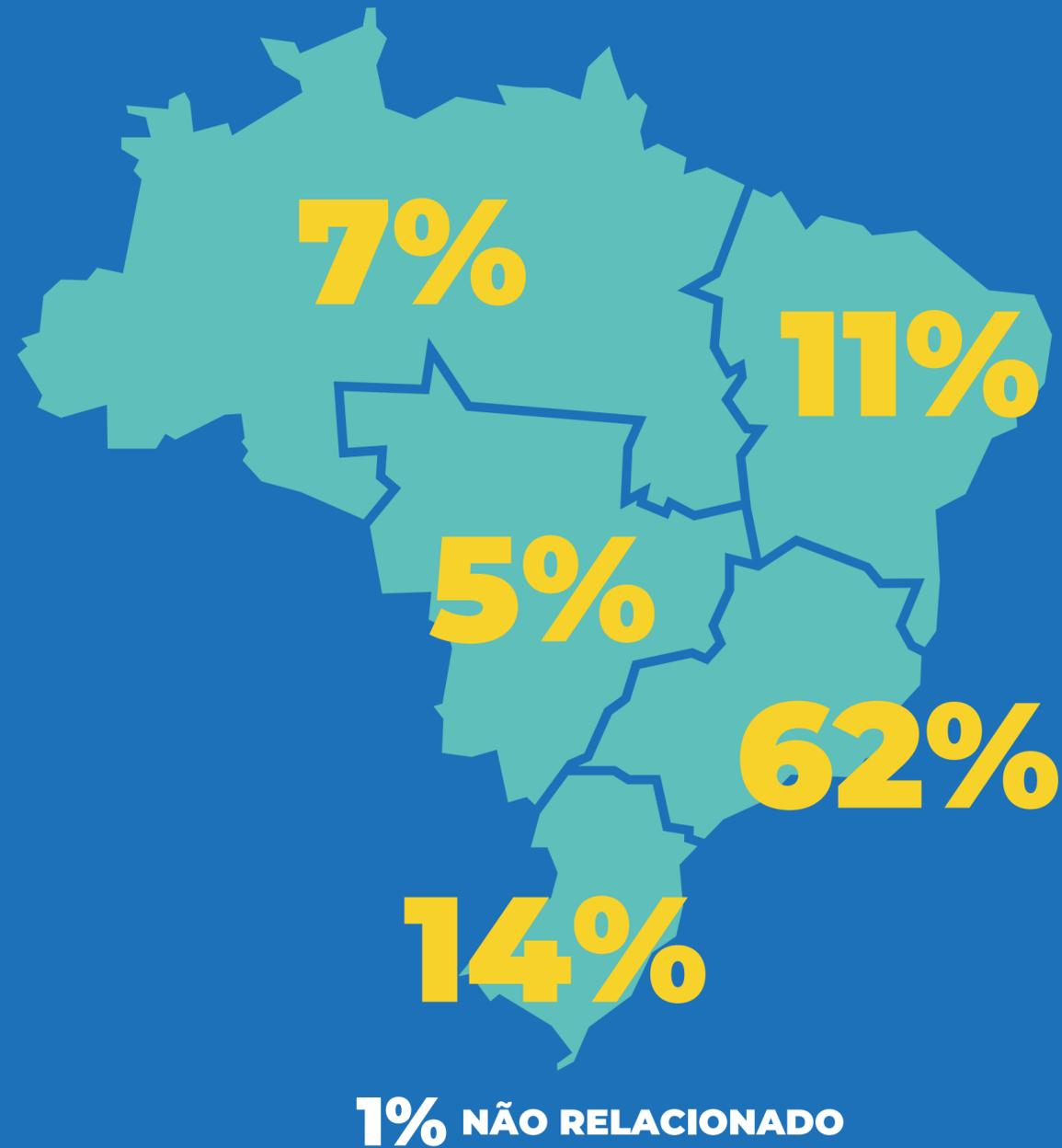


Fonte: Pipe.Social

A maioria desses negócios estão concentrados na região Sudeste do Brasil (62%). A região Sul ocupa o segundo lugar no levantamento, com 14% dos negócios de impacto, e o Nordeste aparece com 11%. Em relação ao número de funcionários, 54% dos negócios de impacto empregam de 2 a 5 pessoas, 30% empregam 6 ou mais pessoas, e 16% dos negócios mapeados são compostos por somente um empreendedor. Dentro desse cenário, é importante considerar que 77% desses negócios usam *freelancers* como equipe, seguindo as principais tendências do futuro do trabalho impactado pela transformação digital.

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

REGIÃO



Fonte: Pipe.Social

TIME PRÓPRIO/EQUIPE



FATURAMENTO



3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Em relação ao faturamento, 43% dos negócios de impacto mapeados não possuíam faturamento no momento da pesquisa, e 34% indicaram faturamento de até R\$ 100 mil. São negócios que estão buscando a captação de investimentos (81%), participaram de programas de aceleração uma vez (30%) ou então não participaram, mas têm interesse neles (50%).

Em relação aos dados de faturamento apresentados, quando comparados com os dados do Sebrae através do critério de receita bruta, é possível constatar que os negócios de impacto no Brasil são compostos, em sua grande maioria, por microempreendedores individuais, empresas de pequeno porte e microempresas.

CRITÉRIO RECEITA BRUTA

microempresa

Sociedade empresária, sociedade simples, empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes, que aufera em cada ano calendário.

igual ou inferior a **R\$ 360.000,00**

empresa de pequeno porte

A empresa de pequeno porte não perderá o seu enquadramento se obter adicionais de receitas de exportação, até o limite de R\$ 4.800.000,00

superior a **R\$ 360.000,00** e igual ou inferior a **R\$ 4.800.000,00**

microempreendedor individual

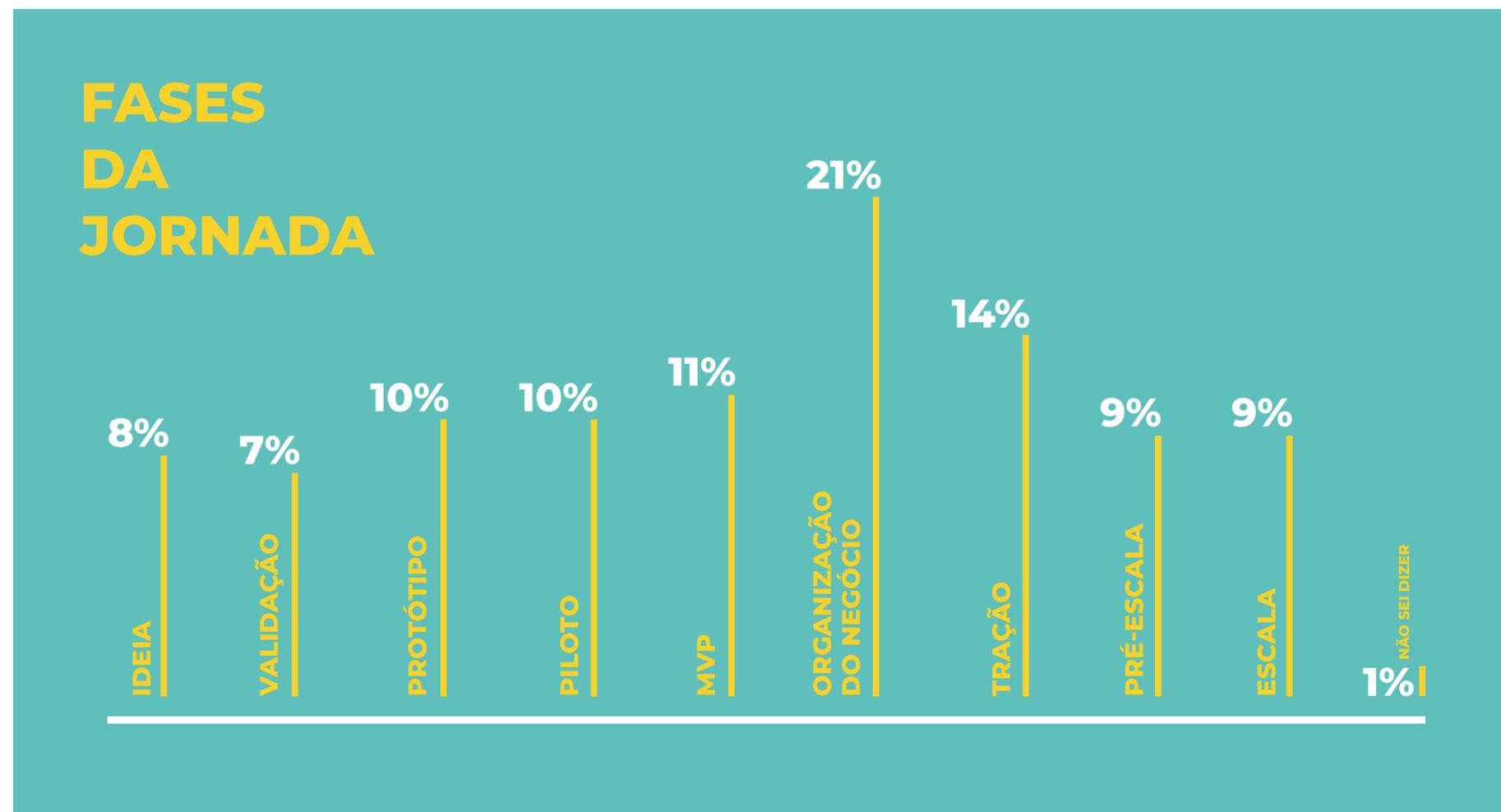
É a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional. O microempreendedor pode possuir um único empregado e não pode ser sócio ou titular de outra empresa.

igual ou inferior a **R\$ 81.000,00**

Fonte: Sebrae

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

A maioria dos negócios de impacto mapeados (21%) encontram-se em fase de organização. Das empresas respondentes, 11% indicaram que ainda estão trabalhando no MVP, 14% estão em fase de tração, 9% estão em fase de pré-escala e 9%, em fase de busca por escalabilidade de suas soluções.

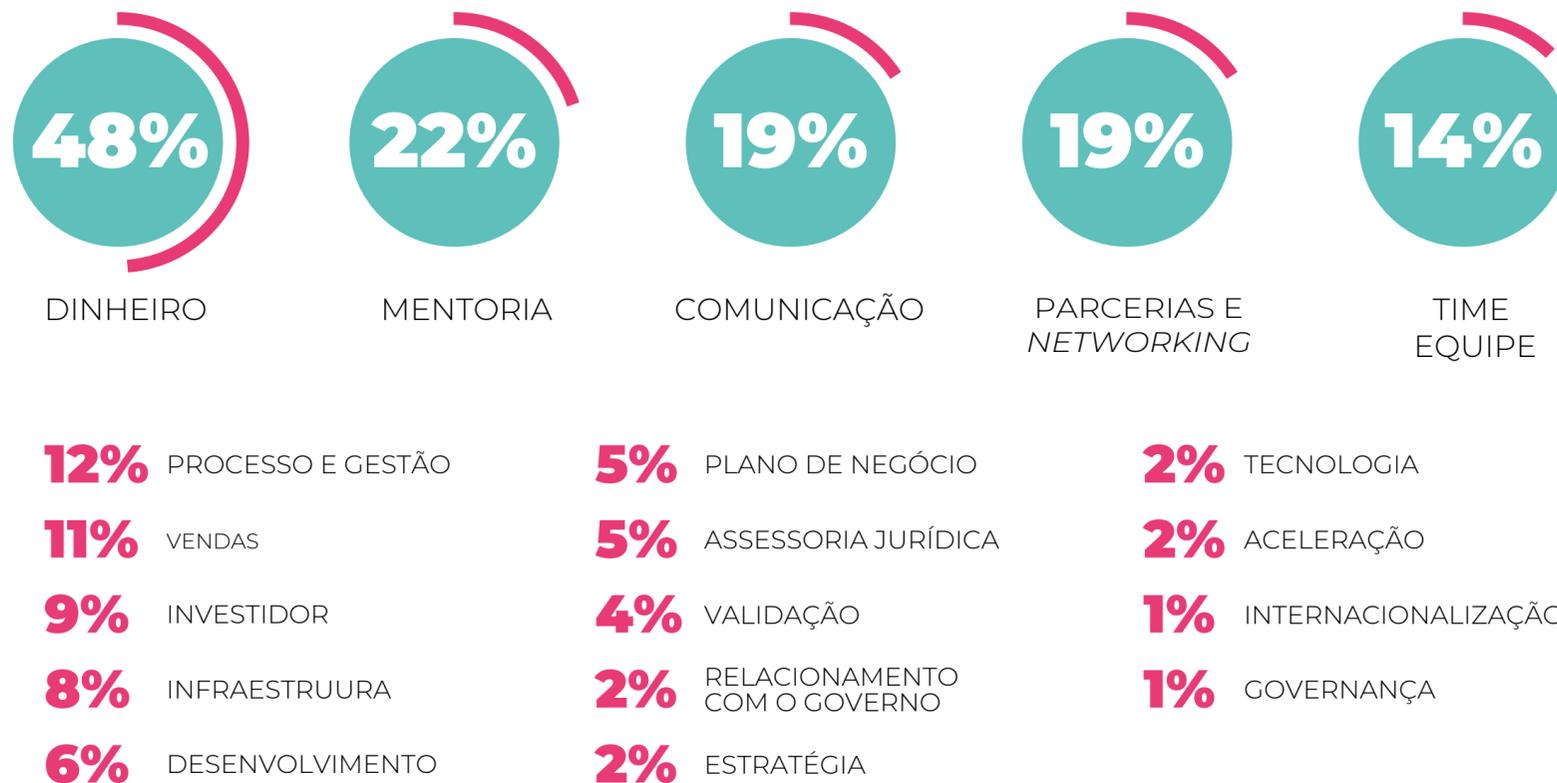


Fonte: Pipe.Social

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Em relação às principais necessidades apontadas pelos negócios de impacto mapeados, 48% indicaram dinheiro, 22% indicaram mentoria e 19% indicaram a necessidade de apoio com o desenvolvimento de parcerias e *networking*.

PEDIDOS DE AJUDA



Apesar do crescente número de negócios que têm respondido às chamadas de apoio e premiação temáticas da Pipe.Social (foram mais de 30 nos últimos quatro anos), há uma percepção de que milhares de empreendimentos com vocação para serem negócios de impacto desconhecem essa agenda ou não veem benefícios em se posicionarem como tal.

Fonte: Pipe.Social



3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Fortalecimento das organizações intermediárias

Entre as duas pontas do ecossistema representadas pelas engrenagens já descritas, estão as organizações intermediárias, responsáveis pela dinamização desse ecossistema. São profissionais e instituições que facilitam, conectam e apoiam a conexão entre a oferta e a demanda de capital dentro do ecossistema de negócios de impacto. Nesse sentido, a proposta dessa engrenagem é facilitar e qualificar a conexão entre a oferta e a demanda do capital, como fator essencial para alinhar as expectativas e garantir a perenidade de parcerias. Busca, também, expandir o número, a qualificação técnica e a abrangência geográfica das organizações intermediárias, com o intuito de fortalecer as agendas estratégicas no ecossistema de impacto — como a qualificação dos empreendedores e seus modelos de negócios, a sistematização e a disseminação de informações e a avaliação e a certificação do impacto gerado.

Segundo Debora Souza Batista, que representou o Instituto Cidadania Empresarial (ICE) no Seminário Internacional de Impacto que aconteceu no dia 1 de dezembro de 2020, houve significativa expansão numérica e geográfica de organizações intermediárias no ecossistema de investimentos e negócios de impacto no Brasil nos últimos cinco anos, com o nascimento ou reposicionamento de ações para a agenda. Organizações voltadas para apoiar empreendedores de impacto da base ganharam visibilidade e se fortaleceram: ANIP - Aceleradora de Negócios de Impacto da Periferia, Vale do Dendê, Fa.Vela, Feira Preta, Fundação Tide Setúbal e coletivo Éditodos.

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Como resultado da mobilização e organização do ecossistema de impacto no país durante o período analisado pelo relatório da Aliança e dentro da atuação das organizações intermediárias, o ICE, a Anprotec (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores) e o Sebrae Nacional criaram o Programa de Incubação e Aceleração de Impacto. A iniciativa tem o objetivo de ampliar o número de negócios de impacto qualificados e escaláveis prontos para receber investimentos e consolidar a atuação de aceleradoras e incubadoras na atração, seleção e acompanhamento de negócios de impacto social.

Em funcionamento desde 2015, o programa já apoiou 84 aceleradoras e incubadoras em 19 estados do país, dentro das diretrizes de capacitação continuada, assessoria, conexões estratégicas e investimentos. Além do fortalecimento de incubadoras e aceleradoras, segundo o relatório da Aliança que acompanhou a evolução do trabalho das organizações intermediárias dentro do ecossistema de impacto entre 2015 e 2020, houve, também, o aumento de estudos, publicações, capacitações e eventos relacionados ao tema.



3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Promoção de um macroambiente favorável

A última engrenagem necessária para a organização, o crescimento e o movimento do ecossistema de impacto no Brasil, segundo a metodologia apresentada pela Aliança, está na promoção de um macroambiente favorável para que isso aconteça. Dentro do desenho desse ecossistema, é uma força com atuação transversal, pois passa por engajamento com o governo, conexão com o movimento global e estímulo a formatos inovadores de apoio e disseminação da cultura da avaliação de impacto (aspectos legislativos, culturais, de comunicação e diversos outros que influenciam o ambiente onde está o ecossistema de impacto).

O engajamento com o governo, o avanço legislativo e a construção e implementação de políticas públicas serão abordados futuramente neste estudo. No entanto, é importante pontuar o avanço do tema dentro do monitoramento feito pela Aliança nos últimos cinco anos. Em 2015, quando o primeiro levantamento foi feito, não havia nenhum tipo de engajamento com o governo para o trabalho com o ecossistema de impacto; em 2020, já é possível citar exemplos no nível federal (Enimpecto), estadual (legislações subnacionais no RN, no RJ e em MG) e municipal (PL 437/2020 em São Paulo).

O macroambiente, quando analisado através de suas dimensões globais, também apresenta resultados de crescimento positivo. O que, antes, era uma iniciativa organizada e executada somente pelos países do G7, agora conta com mais de 30 países pertencentes ao Global Extreme Group for Impact Investing que se organizam para pensar estratégias de fomento para o ecossistema de impacto.



3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

A análise das quatro engrenagens mencionadas acima fornecem uma visão ampla do ecossistema de impacto no Brasil, com a premissa de que todas precisam ser movimentadas de forma simultânea. A primeira delas trabalha para a atração de mais capital para esse campo, e a segunda, completando a atuação em duas pontas, trabalha para a ampliação do número de negócios de impacto no Brasil. A terceira, ocupando uma posição de meio de campo, trabalha com as organizações intermediárias responsáveis pela dinamização desse ecossistema. Por fim, a quarta engrenagem possui atuação transversal e trabalha para o desenvolvimento de um macroambiente nacional e internacional favorável para o ecossistema de negócios de impacto.





O CENÁRIO INTERNACIONAL

Até 2014, somente os países membros do Grupo dos Sete (G7), considerados os mais industrializados do mundo, apresentavam atuação estruturada dentro do tema de negócios de impacto. A partir de 2015, o G7 abriu a sua atuação com uma organização chamada *Global Steering Group for Impact Investing* (GSG), incluindo a participação de outros países como Brasil, Israel, Portugal, Índia e outros. Atualmente, a organização conta com 33 países que se organizam para pensar estratégias de fomento para o ecossistema de impacto e que dialogam com os principais grupos internacionais (G7, G20, UE, ONU e OCDE) para a defesa do tema.

Seguindo a lógica de presença, debate e organização do tema de negócios de impacto dentro do G7, alguns países do grupo se destacam pelas primeiras iniciativas, antes mesmo da expansão do tema pelo GSG, na construção e no amadurecimento de um ecossistema internacional de impacto: Reino Unido, Canadá e Estados Unidos.

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Reino Unido

O Reino Unido apresenta uma demanda crescente por investimentos de impacto, pois, ainda que ocupando a posição de quinta maior economia do mundo, 20% da população vive em situação de pobreza, incluindo 4,1 milhões de crianças. E, além das necessidades internas de apoio e desenvolvimento, o país também reconheceu a mudança no seu perfil de consumo, o que também impulsionou o desenvolvimento e o amadurecimento desse ecossistema:

TRÊS EM CADA CINCO PESSOAS NO REINO UNIDO ACREDITAM QUE AS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS DEVEM EVITAR O INVESTIMENTO EM EMPRESAS QUE CAUSAM DANOS À POPULAÇÃO E AO PLANETA.

57% DA POPULAÇÃO DESEJA QUE SUA PENSÃO SEJA SUSTENTÁVEL E QUE REFLITA SEUS VALORES.

53% DOS CONSUMIDORES NO REINO UNIDO DECLARAM QUE SE SENTEM MELHORES QUANDO COMPRAM PRODUTOS SUSTENTÁVEIS.

80% DOS CONSUMIDORES ENTENDEM QUE É IMPORTANTE QUE O MERCADO DA MODA E SUAS PRINCIPAIS MARCAS SE DEDIQUEM ÀS QUESTÕES DA POBREZA MUNDIAL E DE MUDANÇAS CLIMÁTICAS.

O país conta com diversas instituições que fortalecem e movimentam esse ecossistema. Criado em 2019, o *Impact Investing Institute* tem a missão de acelerar o crescimento e aperfeiçoar a efetividade do mercado de investimentos de impacto tanto no Reino Unido quanto no mundo. Alinhado com os ODS da ONU, é uma organização independente e sem fins lucrativos que combina duas iniciativas: a força-tarefa governamental para o crescimento de uma cultura de investimentos de impacto social no Reino Unido e o trabalho de investimentos de impacto do *UK National Advisory Board*.

Sob a ótica da oferta de capital para investimentos de impacto, o país viu crescer, nos últimos anos, os produtos disponíveis, provenientes tanto de organizações especializadas (como o *Big Society Capital*) como de organizações genéricas (como fundos de pensão, seguradoras e bancos). Neste último caso, por exemplo, o *Greater Manchester Pension Fund* atua com investimentos de impacto nacionais e internacionais. Além disso, o CDC, instituição voltada para o desenvolvimento financeiro no Reino Unido, investiu US\$ 5,5 bilhões entre regiões da África e do sul da Ásia.

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Em relação à demanda por esses investimentos de impacto, o Reino Unido conta, atualmente, dentro do ecossistema de impacto, com 100.000 empresas categorizadas como sociais. Elas geram receita em torno de 60 bilhões de libras ao ano. Tais empresas trabalham principalmente com propósitos de inclusão financeira, empoderamento feminino, energias renováveis e economia circular.



Desde 2003, o governo atua de maneira focada e organizada dentro do ecossistema de impacto, com uma área central dedicada para o mercado de investimentos (chamada *Government Inclusive Economy Unit*). O país também possui um dos maiores orçamentos de ajuda internacional (14,6 bilhões de libras em 2018), operado principalmente através do Departamento Internacional de Desenvolvimento do Reino Unido. O *British Council* lidera um programa chamado *Global Social Enterprise*, em execução em 29 países, com parceiros locais e internacionais.

É um ecossistema que conta também com a figura e presença de diversos impulsionadores e formuladores do mercado de impacto, como empresas de consultoria, empresas de gestão e mensuração do ecossistema, incubadoras e aceleradoras, institutos de pesquisa, universidades e grupos industriais diversos responsáveis pelas atividades de apoio dentro do todo.

Canadá

Dentro da média dos países da OCDE, o Canadá tem a maior renda per capita, a melhor qualidade do ar e da água e os melhores resultados na área da saúde. Nesse cenário, as oportunidades para os negócios de impacto estão em ações pró-ativas que permitem, por exemplo, que toda a população, em seus diferentes grupos, seja beneficiada de maneira igualitária. Outros objetivos buscados e trabalhados pelo ecossistema incluem: a inserção de populações marginalizadas no mercado de trabalho, a promoção de energias limpas e a adaptação às mudanças climáticas, entre outros temas.

O crescimento do ecossistema de impacto canadense também foi influenciado pela alteração no perfil de consumo da população. Canadenses pertencentes às mais variadas faixas de renda per capita consideram os seguintes temas como extremamente importantes:

TRATAMENTO HUMANIZADO DOS ANIMAIS (62%).

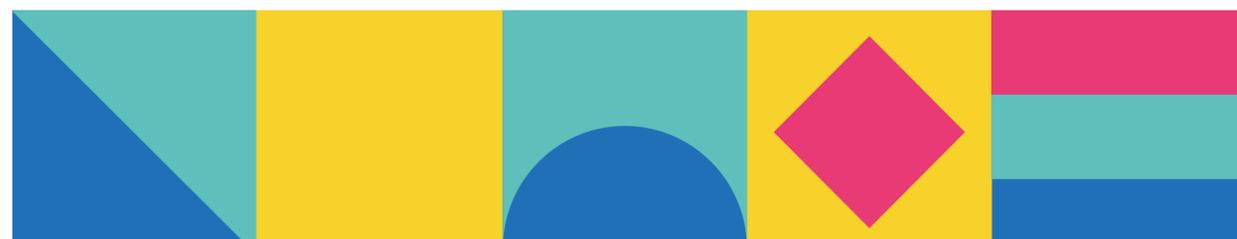
ESTABELECIMENTO DE PRÁTICAS TRABALHISTAS JUSTAS PARA TRABALHADORES DO CAMPO (59%).

CULTIVO DE ALIMENTOS SEM PESTICIDAS (46%).

CULTIVO LOCAL DE ALIMENTOS (43%).

CULTIVO DE ALIMENTOS SEM O USO DE ORGANISMOS GENETICAMENTE MODIFICADOS (42%).

ALIMENTOS CERTIFICADOS COMO ORGÂNICOS (16%).



3. ANÁLISE DE CENÁRIOS



Em 2010, a organização chamada *Canadian Task Force* publicou seu primeiro relatório apontando caminhos para o fortalecimento das finanças sociais no âmbito nacional. Em 2013, a mesma iniciativa se tornou o *National Advisory Board* que, em seu segundo relatório ([*Mobilizing Private Capital for Public Good: Priorities for Canada*](#)) advogou a favor da inclusão definitiva e do aumento da participação do governo dentro do ecossistema de impacto canadense. O governo, então, seguiu algumas dessas recomendações e, desde então, trabalha para o desenvolvimento de uma economia de impacto. Exemplos dessa atuação podem ser citados:

Através da política *Social Innovation and Social Finance Strategy*, o governo federal tem como meta o aporte de US\$ 570 milhões nos próximos 10 anos para o estabelecimento do Fundo de Finanças Sociais. Outros US\$ 38 milhões serão aportados a cada dois anos, com o intuito de ajudar organizações com propósitos sociais a estarem prontas para participarem do mercado de finanças sociais em termos de investimentos.

O governo também criou um modelo flexível de incentivo fiscal (através do CEDIF - *Community Economic Development Investment Fund*) para investimentos de impacto em negócios locais.

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Sob a ótica da oferta de capital para investimentos de impacto, o ecossistema conta com a participação de grupos variados. Um estudo da Mars revelou que 89,8% dos canadenses com a maior renda do país (US\$ 1,2 bilhões no total em 2018) têm interesse em investimentos de impacto, mas somente 33,5% desse grupo já fizeram algum investimento nessa modalidade de fato. Cooperativas de crédito e fundos de pensão estão começando a mostrar interesse, mas ainda com contribuições em pequena escala para a oferta de capital de impacto. Diversas fundações ainda são os principais investidores, com uma meta de aporte de 10% de investimentos, seguindo a orientação do *Canadian Task Force* mencionada acima.

Em relação à demanda por esses investimentos de impacto, o ecossistema canadense conta com setores tanto com desenvolvimento rápido, recente e crescente — como água e meio ambiente, energia, agricultura e *cleantechs* — quanto com setores que apresentam desenvolvimento e crescimento mais lento, como serviços financeiros, moradias acessíveis, saúde e educação.

É um ecossistema que trabalha todas as dimensões necessárias para seu desenvolvimento e fortalecimento: promove o acesso aos investimentos de impacto em empresas (como o *Community Foundation of Canada* e o *Centre for Social Innovation*), a estruturação de produtos de investimentos de impacto (como o Mars e o *New Market Funds*), o estabelecimento de instituições financeiras intermediárias (como a *SVX - Invest for Impact*), a educação e sensibilização de investidores (como a *RIA - Responsible Investment Association*) e a mobilização de capital (como *Tides Canada*, *Pique Ventures* e *Ecotrust*, entre outros).



Estados Unidos

A história do país dentro do cenário de investimentos de impacto é longa e combina o suporte de políticas públicas, a filantropia inovativa e o forte engajamento da comunidade. A formação e a consolidação desse ecossistema também são influenciadas pela mudança nos padrões de consumo, evidenciada por indicadores como a previsão de US\$ 150 bilhões em 2021 somente no mercado de consumo de produtos sustentáveis. A Nielsen, em 2018, comparou gerações diferentes e o reflexo dessa mudança de comportamento de consumo na economia norte-americana:

OS MILLENNIALS, QUANDO COMPARADOS AOS BABY BOOMERS, EXPRESSAM DUAS VEZES MAIS SUA VONTADE DE REDUZIR SEU IMPACTO NO MEIO AMBIENTE (75% E 34%), PAGANDO MAIS POR PRODUTOS QUE CONTENHAM INGREDIENTES SUSTENTÁVEIS E SEJAM AMIGOS DO MEIO AMBIENTE (90% E 61%), QUE TENHAM INGREDIENTES NATURAIS E ORGÂNICOS (86% E 59%) OU QUE REIVINDIQUEM RESPONSABILIDADE SOCIAL (80% E 48%).

Uma das principais instituições do ecossistema de impacto norte-americano é a *The US Impact Investing Alliance*, focada em atividades de apoio, engajamento com investidores e desenvolvimento e intermediação do ecossistema.

Sob a ótica da oferta de capital para investimentos de impacto, 26% de todos os investimentos em dólares dos Estados Unidos são aplicados em negócios de impacto, principalmente em setores com aplicabilidade na vida pública. Os gestores de fundos afirmaram que, em 2019, captaram investimentos para impacto principalmente de *family offices*, empresas de capital fechado que lidam com gerenciamento de investimentos e gerenciamento de patrimônio de uma família e indivíduos de alta renda (de acordo com o GIIN 2019 *Impact Investor Survey*). Tais gestores, em 2018, foram responsáveis por mais de 7.500 investimentos de impacto (US\$ 18 bilhões). As previsões para 2019 superaram US\$ 20 bilhões em investimentos de impacto realizados.

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

Em relação à demanda por investimentos e capital de impacto, o país possui mais de 1.200 empresas certificadas pelo Sistema B. Alguns casos dentro do grupo representam empresas que atuam nos setores de alimentação, energias renováveis, infraestruturas sustentáveis, educação e tecnologia (ed techs) e bem-estar infantil e familiar.

Em mercados considerados emergentes para os norte-americanos, seus investidores buscam empresas que trabalham buscando a redução da desigualdade e a igualdade de gênero e se preocupando com questões relacionadas ao crescimento econômico. Já em mercados considerados desenvolvidos pelos Estados Unidos, seus investidores buscam empresas que trabalham com comunidades sustentáveis e desafios institucionais e climáticos.

Quando o intuito é olhar para a participação do governo e a regulação desse ecossistema de impacto, é possível concluir que esses ainda são aspectos a serem trabalhados pelos norte-americanos, uma vez que iniciativas privadas acabam tendo destaque. O mesmo acontece com o apoio robusto da filantropia, que favoreceu o desenvolvimento do ecossistema norte-americano na última década, com investidores importantes como *The Rockefeller Foundation*, *The Ford Foundation* e *The MacArthur Foundation*. O ecossistema conta, também, com a figura e presença de diversos impulsionadores e formuladores do mercado de impacto, como empresas de consultoria, incubadoras e aceleradoras, universidades e redes profissionais (*networks*).

No caso norte-americano, é importante considerar uma análise mais estadual e menos federal para esse ecossistema. Assim, será possível encontrar várias iniciativas de apoio ao empreendedorismo, que beneficiam inclusive negócios de impacto. O estado de Nova Iorque, por exemplo, possui mais de US\$ 1 bilhão em fundos destinados aos negócios com o propósito de reduzir o impacto das mudanças climáticas.



3.3 CENÁRIO FUTURO

Em agosto de 2020, o [Fórum Econômico Mundial](#) publicou um artigo do *Italian Institute for the Future*⁶ que discute quatro habilidades que podem ajudar a criar um cenário mais positivo no mundo pós-Covid-19. O texto é parte de um estudo detalhado de *foresight* estratégico intitulado “O mundo será melhor depois da Covid-19? Talvez, mas apenas se aprendermos a antecipar”.

A pandemia nos fez refletir, como sociedade, sobre mudanças estruturais necessárias para a construção de modelos mais inclusivos e regenerativos. O momento gerou — e ainda gera — expectativas de grandes mudanças e de um mundo melhor. Mas como devemos nos preparar para essas mudanças? Onde devemos intervir e com quais prioridades? Quais são as oportunidades que devemos aproveitar e quais riscos temos que mitigar? O que precisa ser melhorado e o que precisa ser transformado?

O estudo aponta que, para que a esperança de um mundo melhor vá além do otimismo retórico, devemos ser capazes de responder a essas perguntas. Devemos mudar a forma como tomamos decisões e nos tornamos mais informados sobre o futuro. As abordagens convencionais não são mais suficientes; novas habilidades são necessárias.

*Italian Institute for the Future*⁶ - Fundado em 2013, o *Italian Institute for the Future* (IIF) é uma organização sem fins lucrativos que trabalha com pesquisa, treinamento e disseminação dos estudos de futuros.

Mas quais são essas novas habilidades?

1

Alfabetização em futuros

Essa é a habilidade que permite às pessoas imaginar melhor e dar sentido ao futuro. É importante porque são as imagens do futuro que direcionam nossas expectativas, decepções e vontades de investir ou mudar. A questão, aqui, não é pensar no futuro como um complemento; ele deve estar integrado, como ler e escrever, com o que fazemos e pensamos.

2

Pensamento sistêmico

Essencialmente, um sistema consiste em três coisas: um escopo ou função, as partes e os relacionamentos. Em um sistema, o efeito das intervenções pode parecer distante no espaço e no tempo. O pensamento sistêmico é uma forma de pensar, comunicar e aprender sobre os sistemas para tornar os padrões completos mais claros, melhorar e compartilhar a compreensão dos problemas e ver como enfrentá-los com eficácia.

3

Antecipação

Para explicar esse conceito, devemos refletir sobre algumas coisas: no presente, há sinais do futuro, e esses sinais indicam algo que ainda não é evidente, mas que tem o potencial de se tornar evidência empírica se as circunstâncias permitirem. Portanto, hoje existem futuros em andamento, mesmo que eles não sejam claramente visíveis para a maioria de nós. A habilidade de antecipação requer que aprendamos como reconhecer esses sinais e usar essa consciência aumentada para moldar nossas decisões e ações no presente.

4

Foresight estratégico

O *foresight* estratégico e os estudos de futuros são disciplinas que ampliam nossa habilidade de explorar futuros alternativos e contribuem para o aprofundamento das investigações das visões de mundo que fundamentam os futuros possíveis, plausíveis, prováveis e preferidos. Partir do pressuposto de que o futuro será uma continuidade do presente e compreender melhor as mudanças e a multiplicidade do futuro nos permitirá desenvolver estratégias que antecipam as consequências de futuros alternativos.

Em última análise, o que precisamos é um salto cultural de uma abordagem reativa para uma abordagem antecipatória. Neste sentido, apresentamos, a seguir, um resumo, destacando alguns pontos presentes no estudo [A Decade of Extreme Consequences and Transformational Possibilities](#), criado pelo [Institute for the Future](#)⁷. O primeiro passo para o desenvolvimento de estratégias mundiais para a próxima década é entender como o poder, as possibilidades e as consequências mudarão entre setores e domínios.

[Institute for the Future](#)⁷ - O *Institute for the Future* é a organização mundial líder em educação prospectiva e futuros.

3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

As sete mudanças de poder apresentadas aqui preveem essas novas possibilidades e permitem a reflexão sobre novos desafios e oportunidades que se apresentam.

1 - Burocracia algorítmica: da supervisão humana para a supervisão tecnológica

Sistemas automatizados para a tomada de decisão estão se expandindo em todas as áreas de nossas vidas, inaugurando um mundo da burocracia algorítmica. Estamos nos movendo em direção a um futuro em que os algoritmos não escolhem apenas quais mídias mostrar a você, eles determinam quais anúncios de emprego você verá, quais taxas de empréstimo serão oferecidas a você e em quais faculdades você pode estudar. Embora esses sistemas tenham como objetivo fornecer mais personalização e eficiência, se não forem verificados, eles ameaçam privar indivíduos e grupos de informações importantes para a tomada de decisão.

2 - Desigualdade insustentável: da concentração de riquezas e recursos para uma desigualdade intolerante

Uma combinação de políticas e inovações tecnológicas que favorecem os ricos criou a maior concentração de ativos em quase um século. As oportunidades econômicas, a saúde e o poder político foram deixando de ser domínios de todos e se consolidando com o privilégio dos ricos. A próxima década verá elites colidirem com a crescente intolerância da população em geral, que sofre com a desigualdade, a privação e a negação de dignidade. Embora essas disputas de poder devam se desenrolar de forma diferente entre as regiões, elas irão produzir novas estruturas sociais e regulatórias para abordar problemas como a concentração de ativos globais.



3. ANÁLISE DE CENÁRIOS

3 - A nova medida de saúde: da doença para a gestão de sistemas

Na área da saúde, o poder é tradicionalmente detido por médicos, hospitais, empresas farmacêuticas e instituições de pesquisa, que nos “consertam” quando algo dá errado, prolongando nossa expectativa de vida em comparação com as gerações anteriores. No entanto, como a população tem tido uma vida mais longa, ainda que mais doente, o poder mudará para aqueles que podem prevenir enfermidades, mitigar a dor e ajudar a gerenciar e manter a qualidade de vida. Novas descobertas científicas e tecnológicas impulsionarão essa mudança, mas também acarretam o potencial de enfraquecer populações e criar novas disparidades.

4 - Tecnologia de risco: do crescimento irrestrito para um maior controle e análise de impacto

O incrível crescimento das tecnologias de computação e comunicação tem sido extremamente benéfico de muitas maneiras, mas impactos na privacidade, na saúde mental, nas instituições culturais e na estabilidade econômica estão fazendo os níveis de ansiedade crescer em uma velocidade não alcançada pelos meios tradicionais de governança. Cada vez mais, as tecnologias computacionais se tornarão parte integrante de discussões regulatórias. Conforme incidentes relacionados à cibersegurança ocorrem com frequência crescente, conforme as externalidades se tornam mais evidentes e conforme a dependência tecnológica se torna mais forte, veremos novas demandas para restringir e regular o poder dessas ferramentas e plataformas sofisticadas.



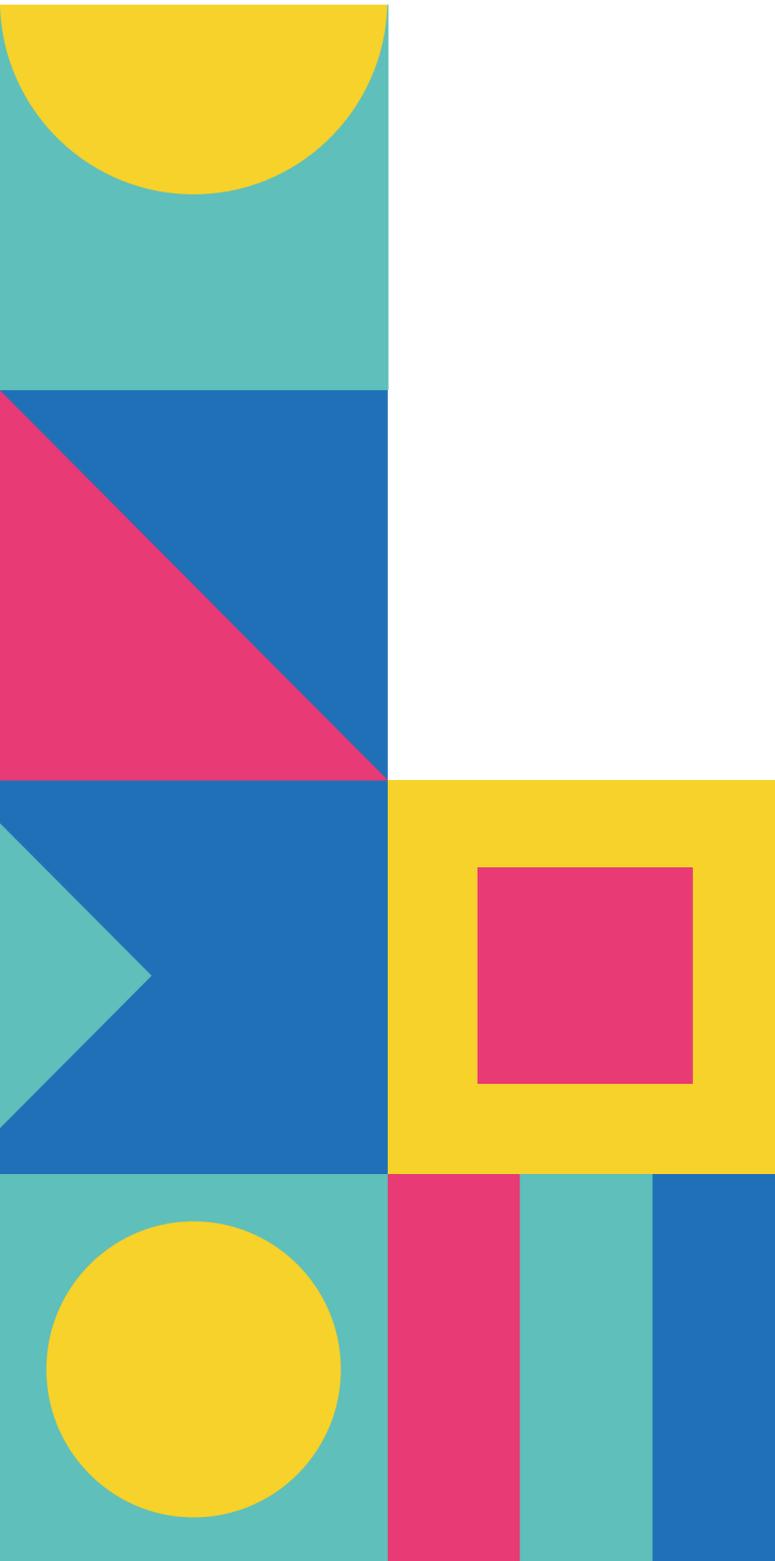


5 - Cidades ardilosas: de centros influentes para atores globais autônomos

As cidades sempre foram grande fonte de influência, atividade econômica e poder. Muitas desfrutam de relativa autonomia de suas nações anfitriãs e tendem a durar mais que os reinados inconstantes de impérios e paradigmas econômicos. E elas estão prontas para usufruir de ainda mais poder na próxima década. Impactos crescentes da mudança climática levarão as cidades a formar blocos de poder cooperativo — colocando-as em conflito com governos nacionais e populações rurais, enquanto novas formas de adaptação e infraestrutura distribuída criarão raízes em regiões vulneráveis em todo o mundo.

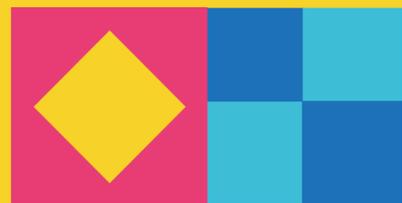
6 - Revoluções da comida: de recursos naturais intensivos para produção digitalizada

A comida sempre foi poder — ela literalmente abastece toda atividade humana. Por causa disso, os processos que conhecemos de distribuição, anúncio, venda e consumo de alimentos desempenham um papel fundamental em todo o mundo. A mudança climática está desgastando métodos tradicionais de cultivo e mercados de trabalho, criando novos e enormes riscos de fome, guerras e instabilidades sociais e impulsionando o desenvolvimento de novas tecnologias de produção de alimentos que requerem muito menos terras e recursos naturais. Na próxima década, grandes mudanças no setor agrícola irão transformar a geografia da produção de alimentos, transferindo o poder para aqueles que criam e controlam novas tecnologias.



7 - O turbilhão do clima: de uma ameaça iminente para a gestão das consequências

As consequências da alteração no sistema climático global gerada pela humanidade será inconfundível e implacável. Novos recordes de temperatura serão alcançados e quebrados, repetidamente. Números crescentes de fortes e imprevisíveis tempestades atingirão cidades e cadeias de abastecimento. E incêndios florestais, secas e eventos de calor extremo se tornarão mais graves e frequentes. Aqueles com menos poder sofrerão os piores impactos. No final das contas, enquanto a raiva incendeia aqueles que o público responsabiliza, qualquer um que não seja visto como parceiro ativo para a melhora da situação terá seu poder desafiado e potencialmente usurpado.



4. INVESTIMENTOS DE IMPACTO

“Estamos todos conectados:
uns aos outros
biologicamente, à
Terra quimicamente
e ao resto do universo
atômicamente.”
Neil deGrasse Tyson

Os investimentos de impacto aliam o retorno financeiro ao impacto positivo e mensurável, social e ambiental, dos negócios investidos. São negócios que recebem capital para tratar de desafios mundiais em setores como agricultura sustentável, energias renováveis, microfinanças e acesso à serviços básicos como moradia, saúde e educação.

O mercado de investimentos de impacto apresenta números crescentes. A 10ª edição da pesquisa produzida pelo *Global Impact Investing Network (2020 Annual Impact Investor Survey)* indica um mercado global de US\$ 715 bilhões. A pesquisa entrevistou os 294 principais investidores de impacto do mundo. Juntos, eles são responsáveis pela gestão de 56,5% desse mercado (US\$ 404 bilhões de ativos de investimentos de impacto).

Em comparação aos resultados de pesquisas anteriores (2018), o mercado global de investimentos de impacto apresentou um crescimento de 42,4% em 2020 (US\$ 502 bilhões).

Os investimentos de impacto estão atraindo uma ampla variedade de investidores, tanto privados quanto públicos, incluindo fundos de *private equity* e *venture capital*. De acordo com o *Global Impact Investing Network*, o mapeamento dos principais investidores de impacto envolve:

- **Gestores de fundos de investimento (*fund managers*)**
- **Instituições financeiras com foco em desenvolvimento (*development finance institutions*)**
- **Diversificadas instituições financeiras e bancos (*diversified financial institutions/banks*)**
- **Fundações privadas (*private foundations*)**
- **Fundos de pensão e empresas de seguros (*pension funds and insurance companies*)**
- **Family offices**
- **Investidores individuais (*individual investors*)**
- **ONGs (*NGOs*)**
- **Instituições religiosas (*religious institutions*)**

4. INVESTIMENTOS DE IMPACTO



GUIA 2.5 | MAPEAMENTO DE INICIATIVAS QUE DESENVOLVEM E INVESTEM EM NEGÓCIOS DE IMPACTO NO BRASIL
2019/2020

Realização: **QUINTESSA** Apoio: **ICE** **Sabin**

No Brasil, a Quintessa lançou o Guia 2.5 | Mapeamento de iniciativas que desenvolvem e investem em negócios de impacto no Brasil.

A Quintessa é uma aceleradora de negócios de impacto, com foco em estruturar a gestão e impulsionar o crescimento de empresas de impacto.

O Guia é organizado por “Iniciativa”, não por “Organização”, entendendo que cada organização pode ter mais de uma iniciativa que apoia negócios de impacto, como foco, tipo de suporte, duração, número de negócios apoiados, contrapartidas ou outros aspectos diferentes.

Na edição 2019/2020 do Guia, foi feita uma chamada aberta para ampliar o número e diversificar o perfil das iniciativas participantes. No intuito de mapear iniciativas que estejam alinhadas e dedicadas à agenda de negócios de impacto, os critérios de inclusão foram atualizados em relação às edições anteriores e a inscrição começou com uma autodeclaração, por parte das organizações, de que cumprem os seguintes critérios:

- Critério 1** A iniciativa tem foco explícito em negócios de impacto (em sua comunicação, posicionamento ou critérios de seleção).
- Critério 2** A iniciativa tem como foco principal o suporte ao desenvolvimento de negócios de impacto.
- Critério 3** A iniciativa é aberta para inscrição de empreendedores.
- Critério 4** A iniciativa é recorrente ou tem perspectiva de continuidade.
- Critério 5** A iniciativa existe há pelo menos seis meses e tem apoio de pelo menos cinco negócios ou investimento de pelo menos dois negócios.

4. INVESTIMENTOS DE IMPACTO



Fonte: Guia 2.5

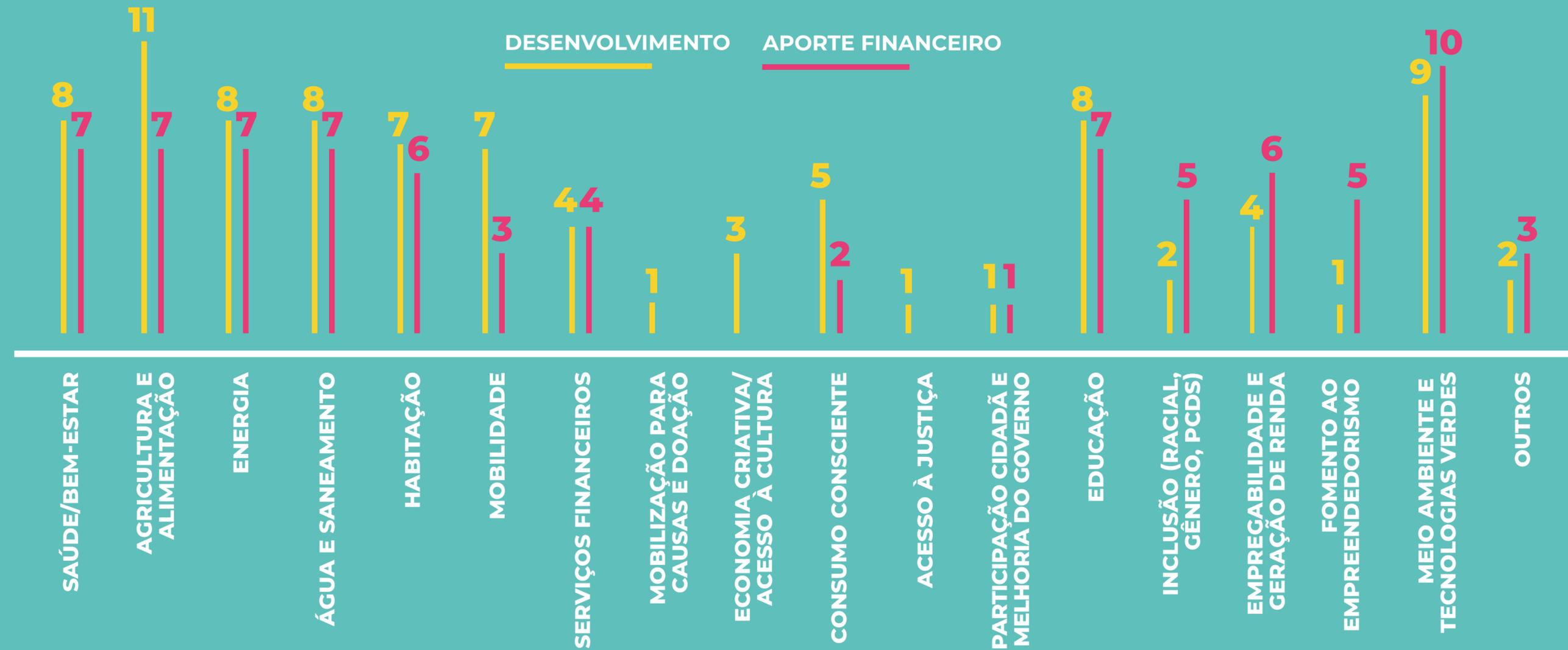
TIPOS DE SUPORTE OFERECIDOS PELAS INICIATIVAS



Mais de 74% das iniciativas presentes no GUIA oferecem os apoios de: Capacitação e Treinamento, Conexão com potenciais clientes e parceiros, Conexão com potenciais investidores, Rede de mentores, Rede entre Empreendedores(as) e Desenvolvimento da gestão do negócio. Os tipos de suporte menos oferecidos são Recurso filantrópico e Espaço.

SETORES APOIADOS

Entre as iniciativas que sinalizaram que possuem setores-alvo



Entre as iniciativas que possuem setores-alvo em sua seleção, os setores mais mencionados são: meio ambiente e tecnologias verdes, agricultura e alimentação, educação, saúde e bem-estar, energia, água e saneamento.

Fonte: Guia 2.5

4. INVESTIMENTOS DE IMPACTO

Entre as organizações que dispõem de iniciativas para desenvolvimento e investimento em negócios de impacto, destacam-se as seguintes boas práticas a serem observadas pelas empresas apoiadas:

IMPACTO

- Clareza da teoria de mudança e do impacto do negócio – e de como a iniciativa ajuda a potencializá-los.
- Não escolha entre impacto ou lucro, equilibrando-os conforme o momento e as necessidades.
- Alinhamento do negócio com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).
- Apoio de organizações ou pessoas-chave que possuem conhecimento e trajetória significativa na área para auxiliar na determinação de indicadores de impacto dos negócios e monitorá-los.

APOIO A NEGÓCIOS DE IMPACTO

- Entendimento de que os negócios precisam de muito mais do que recursos financeiros. Antes, deve haver Planejamento, Plano de Negócio, Teoria de Mudança e um Plano Financeiro com premissas já testadas, mesmo que em pequena escala.
- A ativação de rede é essencial para o apoio a negócios de impacto.
- Definição clara e conhecimento do público-alvo para desenhar bem a proposta de valor.
- Atenção para relevância da relação entre Modelo de Impacto x Receita.
- Entendimento de que um negócio que se considera tradicional pode ter potencial de impacto. Se houver, é importante apoiá-lo na identificação enquanto Negócio de Impacto, no alinhamento de propósito e impacto, no redesenho da forma de operação e na estratégia de comunicação.

ECOSSISTEMA

- Conhecimento sobre as iniciativas que já existem no ecossistema antes de criar uma nova.
- Entendimento de onde a sua iniciativa se encaixa no ecossistema e como pode se conectar com outras iniciativas.
- Conhecimento de termos e conceitos já cunhados no ecossistema.
- Fomento ao empreendedorismo feminino e empreendedorismo negro.
- Compreensão dos diferentes estágios e regionalidades do Brasil.

GESTÃO DAS INICIATIVAS DE APOIO

- Alinhamento da proposta da iniciativa e expectativas com os negócios participantes.
- Desenho da iniciativa em cocriação com empreendedores(as), focando neles(as).
- Profundidade no diagnóstico inicial do negócio, de modo a compreender bem quais são os desafios e o que apoiar.
- Constante sistematização e atualização de metodologias da iniciativa.
- Acompanhamento sistemático de dados e séries históricas para acompanhamento da evolução dos negócios apoiados.



5. DESAFIOS E OPORTUNIDADES

“Observar a realidade e querer fazê-la melhor é a melhor forma de identificar oportunidades de mudança e melhoria.”
Paola Santana

5. DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Para a construção do conteúdo a seguir, foram ouvidas algumas empresas e instituições que fazem parte do ecossistema de impacto brasileiro. São elas:



Greta Paz

CEO da Eyxo Estratégias de Inovação
eyxo.com.br



Brenno Faro

CEO e fundador da Fashion Masks
fashionmasks.org



Barbara Mattivy

Cofundadora e co-CEO da Insecta Shoes
insectashoes.com



Guilherme Massena

Cofundador da Dobra
querodobra.com.br



Felipe Menezes e Joice Rocha

Cofundadores da WTF! School
wtf.school



Maure Pessanha

Diretora da Artemisia
artemisia.org.br



Luiz Felipe Guimarães e Flavio Salsoni

Cofundadores da Valora
valorasa.com.br



Carol Andrade

Cofundadora e *Senior Advisor* do Social Good Brasil
socialgoodbrasil.org.br



Pedro Ernesto Paro

CEO e fundador da Humanizadas
humanizadas.com



Beatriz Veleirinho

Sócia fundadora da NanoScoping
nanoscoping.com.br

5. DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Para levantar alguns desafios e apresentar oportunidades das empresas de impacto frente ao mercado internacional, realizamos uma pesquisa qualitativa que envolveu empresas nacionais de impacto com diferentes ofertas, tamanhos e maturidades exportadoras. Por meio das respostas obtidas nas entrevistas, podemos destacar alguns pontos importantes.



5. DESAFIOS E OPORTUNIDADES

ACESSO A RECURSOS

Empresas de impacto, no geral, precisam de recursos para crescer. No entanto, apesar da diversidade de programas de aceleração e mesmo de benefícios públicos e privados ofertados a esse tipo de empresa, ainda falta clareza sobre os caminhos para acessar os recursos disponíveis.

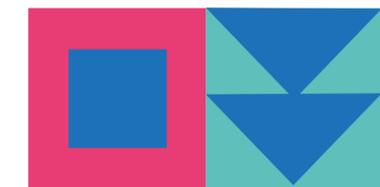
DESCONHECIMENTO SOBRE O PRÓPRIO IMPACTO

A despeito do crescente número de negócios que têm respondido às chamadas de apoio e premiação temáticas da Pipe.Social (foram mais de 30 nos últimos quatro anos), há uma percepção de que milhares de empreendimentos com vocação para serem negócios de impacto desconhecem essa agenda ou não veem benefícios em se posicionar como tal. Segundo Maure Pessanha, diretora executiva da Artemisia, essa é uma realidade muito comum dentro desse ecossistema. Muitas vezes, a aproximação com essas empresas e a sensibilização para questões relacionadas ao impacto positivo da sua própria atuação acaba sendo papel das aceleradoras.

CRESCIMENTO

Crescer é um desafio para qualquer pequena empresa, não apenas para aquelas relacionadas ao impacto positivo. As dificuldades com burocracias, enquadramento contábil e impostos geram insegurança e exigem uma tomada de decisão muito estudada no que se refere ao crescimento. “Faturamos no limite do Simples. Crescer significa mudar o regime tributário, o que nos obrigaria a aumentar muito o faturamento para não ter prejuízo”, explicou Guilherme Massena, um dos fundadores da Dobra.

Olhando ainda para fases anteriores do negócio, podemos identificar que a maioria dos negócios de impacto mapeados pela Pipe.Social (21%) se encontram em fase de organização. Das empresas respondentes, 11% indicaram que ainda estão trabalhando no MVP (produto minimamente viável), 14% estão em fase de tração, 9% estão em fase de pré-escala, e 9%, em fase de busca por escalabilidade de suas soluções.





IMPACTO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

Foi quase unânime, nas entrevistas realizadas, a opinião de que o impacto positivo ainda não pode ser considerado um diferencial competitivo. De acordo com Brenno Faro, CEO e cofundador da Fashion Masks, o impacto só vira diferencial quando a empresa é tão competitiva quanto seus concorrentes em termos de produtos ou serviços. “Somos uma empresa de impacto porque acreditamos nessa missão, mas apenas 5% de quem compra faz a opção de incluir uma doação. Se aumentarmos o prazo de entrega, a venda cai entre 80% e 90%. Quem compra da gente compra porque somos competitivos comercialmente. Quando comparados a iguais, aí sim o impacto vira um diferencial”, explicou Brenno.

Carol Andrade, senior advisor do Social Good Brasil, tem uma opinião semelhante. “No nosso caso, existe uma concorrência com consultorias de dados. Nosso valor está no nosso conhecimento sobre o tema. Ou seja, se uma empresa busca uma consultoria de dados para um projeto de impacto, aí sim temos um diferencial”, comentou Carol. Das entrevistas, conclui-se que o impacto contribui como ponto positivo em negociações com fornecedores e parceiros, mas não é suficiente no que diz respeito ao consumidor final. As empresas com propósito precisam ser competitivas e estar em igualdade com a oferta do segundo setor para que se beneficiem do impacto como um diferencial competitivo.



5. DESAFIOS E OPORTUNIDADES

INTERNACIONALIZAÇÃO

O mercado internacional ainda não é uma pauta disseminada entre as empresas do ecossistema de impacto do Brasil. Seja pelo tamanho do mercado doméstico ou pela dificuldade de acessar outros mercados, o tema ainda é pouco discutido entre empreendedores.

Aqueles que buscam o mercado internacional acabam se deparando com barreiras que vão desde posicionamento até questões logísticas. “Fizemos quatro ou cinco envios para cliente final, mas o custo de frete para uma exportação B2C é muito alto. Vender lá fora, mantendo a produção no Brasil, acaba não sendo competitivo. Trabalhar com distribuidor impacta muito no nosso modelo de negócios. No fim, acaba que a melhor opção é exportar o próprio modelo”, falou Guilherme. A Dobra está trabalhando para abrir uma empresa gêmea — uma espécie de franquia — na Austrália, mas a produção, conforme o negócio evolua, precisará migrar para o país.

Maure destaca ainda outro ponto que considera um grande desafio para a exportação de soluções de impacto nacionais. “O que eu sinto é que desenvolvemos, no Brasil, algumas coisas que não existem em nenhum outro lugar do mundo, mas outros países olham com receio porque é do Brasil”. Segundo ela, é necessário trabalhar a marca do país lá fora para que as empresas nacionais possam se beneficiar dessa imagem. “Precisa ter reconhecimento, prêmios internacionais, selos... sem isso, o movimento não segue. Temos muita coisa inovadora aqui. Soluções para problemas globais. Precisamos trabalhar isso lá fora”, declarou a diretora da Artemísia.

Por fim, Guilherme ainda destacou o principal desafio na movimentação para o mercado internacional: “Manter o controle sobre todas as coisas que são importantes para o negócio de impacto. São coisas intangíveis, que você não consegue controlar numa planilha”, declarou.



COMUNICAÇÃO DO IMPACTO

A comunicação do impacto positivo pode gerar ótimos resultados para a empresa, mas, ao mesmo tempo, ainda se apresenta como um desafio, pois ainda existe uma percepção de que as empresas de impacto não são necessariamente empresas profissionalizadas. Apresentar estratégias, impacto, sustentabilidade financeira e processos estruturados acaba sendo tão importante quanto comunicar o propósito.

Segundo Greta Paz, CEO da Eyxo Estratégias de Inovação, como nem todos os clientes percebem o impacto como um grande diferencial, muitas vezes, ele fica em segundo plano na linha de comunicação da estratégia. Isso não desmerece a causa, mas confirma quanto espaço ainda existe para evolução em termos de diferenciação.

INDICADORES DE IMPACTO

Medir o sucesso a partir do impacto que ele causa na sociedade e no meio ambiente ainda é um grande desafio. Não existem indicadores estabelecidos que permitam quantificar o impacto a ponto de sensibilizar consumidores e parceiros. No entanto, a falta de parâmetros nesses indicadores não impede que as empresas criem formas de demonstrar o impacto em suas propostas de valor. A Insecta Shoes, por exemplo, desenvolve anualmente um relatório de impacto socioambiental, em que tem a oportunidade de reforçar seus valores, fazer uma avaliação do panorama atual do mercado e, a partir disso, divulgar seus impactos e ações para a sociedade de forma bem transparente. Aliás, a transparência é, segundo a cofundadora e co-CEO da empresa, Barbara Mattivy, um dos principais pilares da empresa: “Errar faz parte do processo. Mais do que evitar o erro, precisamos ser transparentes para aprender com o processo”, comentou.



ENGAJAMENTO DA CADEIA

Grandes empresas que buscam soluções socioambientais responsáveis buscam empresas de impacto para sua cadeia de valor. No entanto, sensibilizar fornecedores quanto à importância de práticas responsáveis para empresas do Setor 2,5 ainda é um grande desafio. Uma cadeia de valor engajada e alinhada potencializa o impacto da contratante, já que traz consigo outros fatores além daqueles que são fundamentais para o negócio.

Barbara reforça esse aspecto e considera que, quanto mais empresas solicitarem a seus fornecedores que revisitem suas próprias cadeias e forneçam opções sustentáveis em seus portfólios, mais veremos o crescimento e o desenvolvimento desse mercado.

B2G - BUSINESS TO GOVERNMENT

Acessar linhas de financiamento ou mesmo vender para o governo se apresenta como um grande desafio às empresas de impacto, especialmente em função da dificuldade de compreensão dos termos jurídicos e de prestação de contas. “É uma discussão sobre como o governo contrata inovações ou startups em si. Na visão da Artemisia, a compra de inovação de impacto social pelo governo é o sonho. São os negócios contribuindo para as políticas públicas, melhorando, de fato, a vida das pessoas”, declarou Maure. Ainda segundo a executiva, esse caminho precisa ser facilitado, reduzindo a insegurança jurídica: “Hoje, as empresas têm medo de acessar o governo como cliente. Não conhecem os caminhos, não conhecem os processos, os gestores públicos também não sabem bem. Os investidores desses negócios acabam desencorajando, o que gera uma resistência de cadeia ao B2G”, disse a executiva.



5. DESAFIOS E OPORTUNIDADES



DEMANDA INTERNACIONAL

A pauta socioambiental é prioridade global e bem desenvolvida em ecossistemas internacionais de impacto com elevado grau de maturidade, como apresentamos no início deste estudo. Tais ecossistemas apresentam oportunidades de captação de investimentos internacionais de impacto e também de softlanding para empresas estrangeiras com soluções pautadas nos ODS. A NanoScoping é uma startup que desenvolve e comercializa, através de tecnologias verdes, ativos nanoencapsulados de alta performance para os setores da veterinária, nutrição, agricultura, cosméticos e desinfecção. Em 2020, a empresa participou de um programa de incubação cruzada Brasil-Londres com foco nos ODS, organizado por uma parceria entre a Anprotec, a Apex-Brasil, a Embaixada do Brasil em Londres e o *Imperial College*. “O mercado internacional é prioridade para nós desde o início. Recebemos o apoio do Programa FINEP Startup, e parte do recurso é destinado ao nosso plano de internacionalização, então, prevemos a participação em feiras e missões internacionais”, comentou Beatriz Veleirinho, sócia proprietária da NanoScoping.

Além disso, o período da pandemia da Covid-19 aumentou ainda mais as desigualdades em diversos países, e haverá cada vez mais demanda por soluções que possam contribuir com essas questões. As empresas devem começar a olhar para o mercado internacional como uma grande oportunidade de expansão, desenvolvimento de parcerias e cocriação de soluções.



ARTICULAÇÃO COM DINAMIZADORES

Existem diversos *players* no Brasil, entre aceleradoras, incubadoras, institutos, fundações e mesmo organizações como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Anprotec (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores). Cada *player* promove ações específicas e oferece oportunidades para empresas de impacto. Há, no entanto, uma grande oportunidade de articulação com essas organizações para que as agendas possam se complementar de forma a otimizar suas atuações e os recursos e resultados das empresas apoiadas.

CERTIFICAÇÕES

As certificações internacionais, como a do Sistema B, bem como selos, prêmios ou mesmo o pertencimento a comunidades de impacto mundialmente conhecidas contribuem muito para que empresas de impacto ganhem alcance. Além disso, o movimento contribui para a validação do discurso e comprova que a empresa está comprometida com processos responsáveis. Ademais, o processo de certificação, por si só, pode gerar melhorias em diversos aspectos do negócio.



5. DESAFIOS E OPORTUNIDADES



EXPORTAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIOS

Ainda que o modelo de precificação seja um desafio e que não haja um enquadramento específico para a exportação de inteligência em negócios, a aplicação dos modelos empresariais sociais em outros mercados pode ser uma grande oportunidade para empresas de impacto. Isso se dá porque, na maioria das vezes, o modelo inviabiliza a exportação de produtos (devido ao prazo de produção e custo logístico), como abordado anteriormente; no entanto, a possibilidade de exportar a *expertise* e o modelo do negócio podem atrair investidores ávidos por um negócio social e ambientalmente responsável. A disseminação de modelos de negócios que impactam e desenvolvem pessoas, em especial quando se tratam de pessoas em situação de vulnerabilidade, pode gerar visibilidade para as empresas e despertar novas oportunidades em diversos lugares do mundo.

Também vislumbrando possibilidades de expansão para o mercado externo, a Humanizadas, empresa que certifica e acredita pessoas e empresas de impacto positivo, percebe o interesse de alguns mercados em receber seu modelo de estudo. “Mercados como México, Espanha e Estados Unidos já manifestaram interesse em nosso modelo, apontando para a possibilidade de levar negócios de impacto positivo do Brasil para outros países”, confirma Pedro Ernesto Paro, CEO e fundador da Humanizadas.



AGENDA DE GOVERNO PARA O SETOR

Este estudo é prova do interesse de organizações ligadas ao governo pelo Setor 2,5. A criação de uma agenda voltada para esse tipo de empresas pode contribuir com a articulação dos dinamizadores, a melhora da marca país no que diz respeito à inovação social, o acesso a linhas de fomento e mesmo a criação de políticas públicas que possam impulsionar esse tipo de negócio. É uma oportunidade para que o governo se aproxime de empresas que estejam promovendo melhorias importantes na sociedade e, ao mesmo tempo, para as empresas, que podem influenciar diretamente nos caminhos desenhados para o futuro da nação.

VALOR PARA O CLIENTE

“O impacto pode trazer, de valor extra, a possibilidade de um cliente vincular sua marca a uma organização social e ética”, comentou Carol, do SGB. Essa ainda é uma área pouco explorada pelas empresas de impacto, mas que se apresenta como uma grande oportunidade, principalmente quando o cliente está iniciando o movimento mas já quer mostrar ao mercado onde quer chegar.

SOLUÇÕES DE IMPACTO POSITIVO DENTRO DAS UNIVERSIDADES

“Nascemos na academia, como alunas do pós-doutorado que identificamos a oportunidade de transformar o objeto da pesquisa (nanotecnologia) em negócio”, comentou Beatriz, da NanoScoping. Através da participação em programas públicos de fomento ao empreendedorismo, a NanoScoping nasceu de uma pesquisa acadêmica e, através do seu propósito de aplicar a nanotecnologia para um mundo melhor, foi ao mercado nacional e está em busca do internacional.

A história da NanoScoping realça a oportunidade de haver soluções de impacto positivo já desenvolvidas ou em desenvolvimento dentro de universidades que demandam capacitações em temas relacionados ao empreendedorismo, entre outros tipos de apoio, para saírem do papel.



6. RESULTADOS PERCEBIDOS

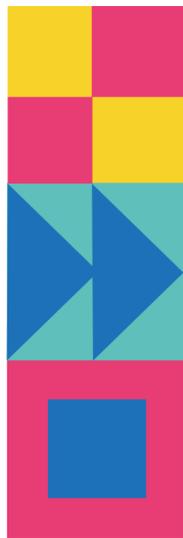
“Eu não estou interessado em nenhuma teoria. Amar e mudar as coisas me interessa mais.”
Belchior

6. RESULTADOS PERCEBIDOS

Ao voltarmos o olhar para o caminho já percorrido e para o que já foi conquistado, é possível elencar resultados percebidos pelas empresas que participaram deste estudo. Eles não são os únicos, mas já guiam a jornada de outros que podem estar começando a empreender no Setor 2,5.

Compliance e governança corporativa

Quanto mais os negócios de impacto positivo entregarem soluções para questões socioambientais, maior será a estrutura de compliance (leis, padrões éticos, regulamentos internos e externos) criada, fortalecida e adotada por essas empresas e maior será o reconhecimento do mercado. Assim, a pressão de mais negócios voltados para a mesma problemática movimenta a regulamentação existente e traz luz para as discussões, incentivando melhorias através da atualização e criação de leis e políticas públicas e promovendo maior conhecimento e engajamento da sociedade. A Valora percebe isso através de regulamentações aprovadas, que influenciam diretamente o seu negócio, como o IPTU Verde, já em vigor em algumas cidades brasileiras. Ainda há um longo caminho a seguir, afirma Luis Felipe, mas já pode ser considerado um resultado positivo. A mesma lógica pode ser aplicada para a criação, fortalecimento e adoção de práticas de governança corporativa para os negócios de impacto positivo. A adoção de um sistema que monitora, envolve e dá transparência aos sócios, funcionários, diretoria, fornecedores, órgãos de fiscalização e, principalmente, clientes impacta diretamente e de maneira positiva no fortalecimento da empresa, é bem visto pelo mercado e abre portas para a atração de investimentos.



6. RESULTADOS PERCEBIDOS

Retorno financeiro

Nota-se, a partir da pesquisa realizada, que o mercado consumidor começa a despertar para as iniciativas de impacto positivo e, por vezes, prioriza a contratação de empresas com tal postura. Ainda que esse percentual seja baixo em relação ao total de consumo, indica uma tendência de crescimento que impacta diretamente no comportamento da sociedade e na sua decisão de compra. Cada vez mais, o movimento vem percebendo o retorno financeiro das suas atividades em função do impacto socioambiental que promove.

Acesso a talentos

O impacto sobre o acesso e retenção de talentos é um dos aspectos que mais aparece nos resultados, assumindo que os colaboradores se reconhecem nas iniciativas que representam e passam a não mais se imaginar trabalhando em empresas voltadas apenas ao retorno financeiro. Além disso, tornam-se embaixadores das marcas e projetos, fazendo com que todo um grupo de pessoas ligadas à iniciativa busquem as empresas de impacto positivo como objetivo para suas carreiras profissionais.

Greta afirma que os índices de *turnover* (rotatividade de funcionários) na Eyxo estão muito abaixo da média de mercado, além de destacar a quantidade de candidatos qualificados que buscam a empresa com interesse em fazer a diferença no negócio e em suas carreiras. Segundo Breno, da Fashion Masks, “as pessoas se sentem gratificadas ao trabalhar num projeto como esse.”

Inovação

A inovação caminha ao lado do impacto positivo, em especial no que tange à reinvenção, à ressignificação ou mesmo à regulamentação de alguns processos. Constitui uma forma de buscar novas soluções para problemas antigos. A isso, soma-se o interesse da academia em apoiar projetos e usar seus conhecimentos de forma a promover impacto.

A possibilidade de reunir talentos de diversas áreas e *expertises* em função do bem comum promove o desenvolvimento de novas tecnologias e mesmo de novos modelos mentais. Em conversa com Felipe Menezes, cofundador da WTF! School, percebemos que a escola livre se percebe nesse cenário, promovendo espaços para que novas formas de pensar sejam construídas e, com isso, mudanças sejam provocadas no mercado e na sociedade.

Acesso a novos mercados

Apesar de poucas empresas de impacto atuarem no mercado internacional, percebe-se que o modelo de atuação é percebido como uma oportunidade de acesso a novos mercados. As certificações conhecidas em âmbito internacional auxiliam o processo. Barbara, da Insecta Shoes, comenta que certificações como a de Empresa B e o Prêmio Eco Era, concedido pela Vogue Brasil, são importantes chancelas que garantem reconhecimento à empresa em outros mercados e, de certa forma, facilitam a transmissão da mensagem. Construir uma nova rede de consumidores e fãs da marca em um novo mercado exige tempo e conhecimento da cultura local, portanto, certificações de renome auxiliam no reforço dos princípios e valores da empresa. Além disso, dentro da lógica de atuação setorial, para alguns mercados internacionais, existe a percepção do empresário brasileiro de que as oportunidades e reconhecimento são maiores lá fora. Beatriz, da NanoScoping, afirma que, por trabalharem com produto de alto valor agregado e tecnologia intensiva, muitas vezes, o mercado externo está ainda melhor preparado que o nacional para absorver essa oferta.

Impacto em áreas complementares

Independente do propósito da empresa, é notável o quanto ela acaba por influenciar uma ampla cadeia de pessoas e relações. Afinal, fazer a diferença no meio ambiente, por exemplo, promove também a diferença nas pessoas que compõem esse ecossistema. A Valora percebe o quanto trouxe de melhorias para pessoas envolvidas diretamente com a reciclagem de lixo, transformando o ambiente em que atuam e deixando as relações mais dignas e estruturadas.



6. RESULTADOS PERCEBIDOS

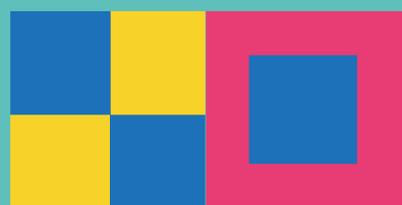
Fidelidade dos consumidores

O tema do consumo como ativismo social já não é novidade, mas, nas empresas de impacto, ele é realidade diária. Esses consumidores acabam virando embaixadores da marca, não apenas se relacionando com quem fornece, mas divulgando a empresa em seus grupos sociais. Vale, porém, lembrar que essa relação possui um limitador financeiro. Mesmo com a clareza e a história por trás do custo do produto, ele ainda precisa ser competitivo frente aos concorrentes. Guilherme, da Dobra, mencionou exemplos de situações em que a marca contribuiu para a evolução de outras empresas ou fez a diferença na vida de pessoas que se relacionam com a Dobra. A empresa é um *case* de relacionamento e gestão de comunidade.

Desenvolvimento da cadeia

As empresas de impacto buscam modelos de negócio responsáveis e, em grande parte das vezes, olham para a força de trabalho como uma grande oportunidade de desenvolvimento. Assim acontece na Fashion Masks, por exemplo, que utiliza uma rede de costureiras que recebem treinamento e equipamentos para que possam fornecer para a empresa enquanto geram uma renda extra para si. A Dobra também trabalha em rede, com profissionais que se prontificam a trabalhar sob demanda em processos como costura ou dobra de produtos. “Do ponto de vista social, definimos, em nosso planejamento, que 10% do nosso negócio vai para quem produz. Existe uma flexibilidade de jornada de acordo com cada colaborador. Trabalhamos com costureiras da periferia. A aprendizagem de cada uma sobre o ofício, a profissionalização, a legalidade, para nós, é um grande resultado”, declarou Brenno.





7. CERTIFICAÇÕES, SELOS E RECONHECIMENTOS

“Há quem acredite que cabe aos outros agir. Mas eu pensei comigo mesma: por que deveria esperar que outra pessoa faça alguma coisa? Por que não dar, eu mesma, um passo adiante?”
Malala Yousafzai

Com o crescimento e o desenvolvimento dos negócios de impacto no mundo, surgem iniciativas que avaliam e ranqueiam as atividades empresariais, de forma a organizá-las com base em critérios estabelecidos, criando indicadores que possibilitam avaliar o nível de impacto de cada negócio. De acordo com os passos que a empresa quer seguir, existem diferentes organizações que realizam esse papel e auxiliam empresas a ficarem mais próximas de seus objetivos. É o caso do Sistema B, certificação mais popular do Brasil, que avalia e certifica empresas de impacto positivo.

Abaixo, detalhamos algumas das mais importantes certificações do segmento.

7.1 Sistema B

Possivelmente o modelo de avaliação mais conhecido do mercado, o Sistema B é uma organização não governamental que tem por intuito avaliar as empresas que assumem um compromisso de melhoria contínua e colocam o propósito no centro de seu modelo de negócio. A iniciativa nasceu em 2006, nos Estados Unidos, e chegou ao Brasil em 2012.

Para o Sistema B, uma mudança cultural e econômica global está em andamento. Seu objetivo é justamente redefinir o conceito de sucesso na economia para que sejam considerados não apenas o êxito financeiro, mas também o bem-estar da sociedade e do planeta. Seu papel é acelerar essa mudança e torná-la significativa e duradoura.

Ele atua oferecendo ferramentas, criando infraestrutura de suporte e fornecendo incentivos para que outras empresas sigam os exemplos já mapeados, além de envolver instituições públicas e sociais com poder de transformar a economia.

O Sistema B opera a partir de um modelo de avaliação único, em que, para se certificarem, todas as empresas passam pelo mesmo processo e são avaliadas da mesma forma. Para conseguir a certificação, é necessário o preenchimento de um questionário disponível no site <https://bimpactassessment.net>, uma plataforma gratuita, responsável pela mensuração do gerenciamento do impacto socioambiental de cada tipo de modelo de negócio. Ao todo, 200 perguntas precisam ser respondidas, e um mínimo de 80 pontos é necessário para dar sequência à certificação. São avaliados cinco pilares principais: trabalhadores, clientes, comunidade, meio ambiente e governança ou transparência.

7. CERTIFICAÇÕES, SELOS E RECONHECIMENTOS



Após obter a validação das respostas, a empresa parte para a segunda etapa, em que faz-se necessária a adequação de seu estatuto, incluindo as chamadas cláusulas B, que envolvem o compromisso social e ambiental no contrato social.

Após essa etapa, é realizada uma verificação, na qual a empresa passa por um processo de elegibilidade e pré-verificação. Na sequência, realiza-se uma auditoria por parte da instituição para validação das informações passadas e entrega de evidências que comprovem as práticas, políticas e processos. Passou por essa etapa? Resta apenas pagar a taxa anual, definida conforme o faturamento da empresa, e usufruir da certificação.

Ela tem validade de três anos. Após esse período, o processo precisa ser feito novamente, desde o início.

O próprio Sistema B dispõe de um programa para micro e pequenas empresas chamado Caminho + B, voltado à facilitação e ao apoio a pequenas empresas para preenchimento da avaliação. A proposta acontece no formato de mentoria em grupo, junto com outras empresas que estejam no mesmo percurso.

Mais do que a certificação, o processo de avaliação do Sistema B pode ajudar negócios a encontrar práticas mais positivas nos seus processos. Funciona como uma espécie de radiografia, visto que é possível obter um relatório que compara os resultados obtidos com a média das outras empresas.

7. CERTIFICAÇÕES, SELOS E RECONHECIMENTOS

7.2 Instituto Ethos

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização da sociedade civil de interesse público cuja missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

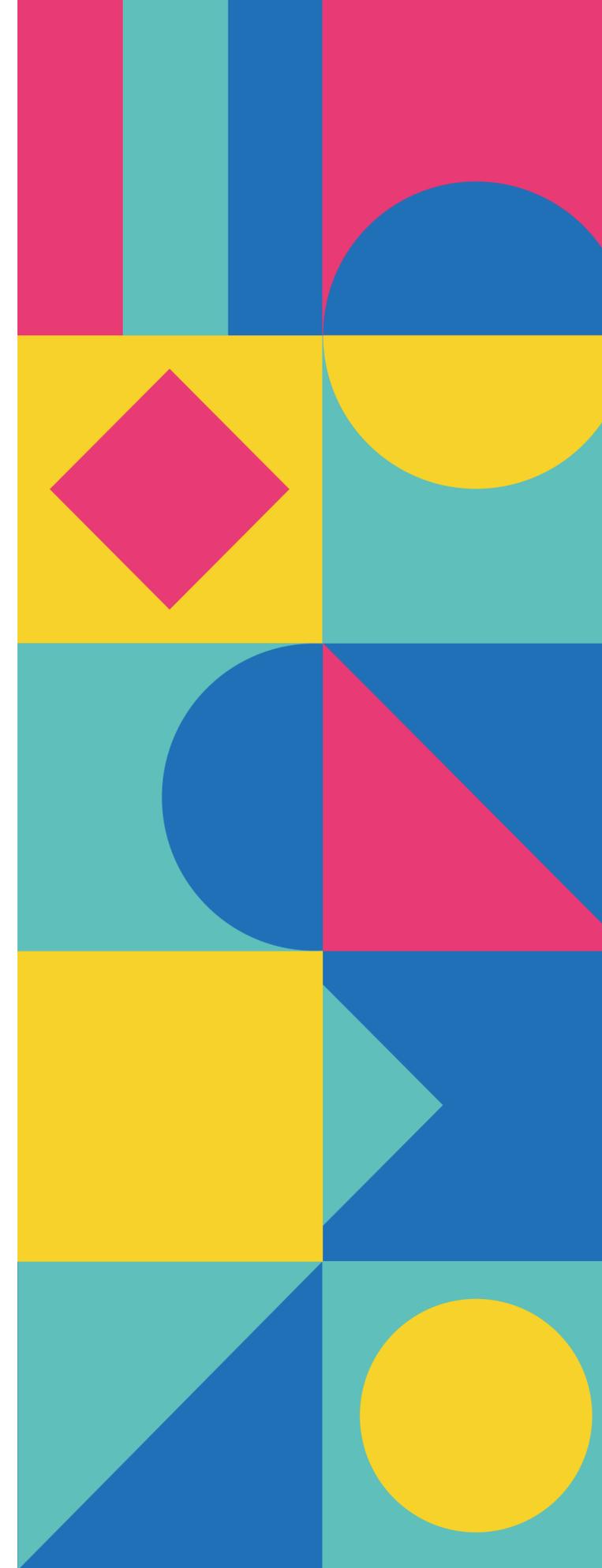
Entre suas inúmeras iniciativas, atua no desenvolvimento de indicadores desenvolvidos para auxiliar as empresas a incorporarem a sustentabilidade às suas estratégias de negócio através de uma ferramenta de gestão. A ferramenta é composta por um questionário que permite um autodiagnóstico da empresa, além de um sistema de preenchimento online que possibilita a obtenção de relatórios, promovendo uma revisão das ações empresariais e proporcionando a realização do planejamento e gestão de metas para melhoria dos pontos em questão.

O formulário está disponível no endereço:

<https://www.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-para-negocios-sustentaveis-e-responsaveis/>

Entre as premissas desses indicadores, estão medir seu estágio na sustentabilidade, planejar a evolução, mapear o progresso, integrar-se com outras iniciativas, comparar a empresa, compartilhar resultados com seus públicos e dar visibilidade às suas ações.

Sob constante revisão, os Indicadores Ethos buscam integrar os princípios e comportamentos da responsabilidade social empresarial aos objetivos para a sustentabilidade, baseando-se em um conceito de negócios sustentáveis e responsáveis ainda em desenvolvimento, segundo o próprio Instituto.



7. CERTIFICAÇÕES, SELOS E RECONHECIMENTOS

7.3 Movimento Nacional ODS

Outra iniciativa que mede e certifica empresas de impacto no Brasil é o Movimento Nacional ODS. Como organização voluntária, atua mais intensamente em alguns estados e é aberta ao desenvolvimento do movimento para os demais. Tem como objetivo principal apoiar e discutir temas relevantes aos ODS sob forma de dar luz às empresas e apoiar iniciativas com esse fim.

A iniciativa é reconhecida pela ONU e identifica e destaca empresas engajadas nas causas, conforme os critérios do movimento, além de manter a agenda dos temas em constante discussão, sendo ponto de apoio e suporte técnico.

Alguns indicativos podem ser encontrados no site <https://movimentoods.org.br>.

7.4 Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)

O ISE é uma ferramenta que mede o comprometimento de sustentabilidade corporativa sob os pilares de eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa, buscando identificar as corporações que apresentam valores como responsabilidade ética e boas práticas em seus processos produtivos.

A validação acontece anualmente, quando a bolsa de valores oficial do Brasil (B3) seleciona algumas empresas reconhecidas pelas boas práticas em sustentabilidade para integrarem a carteira de investimentos do ISE. Para participar, as empresas precisam preencher um longo questionário organizado pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas, dividido em quatro pilares: políticas (com indicadores de comprometimento), gestão (com indicadores de programas, metas e monitoramento), desempenho e cumprimento legal.

É possível acessar as respostas de empresas certificadas ao questionário no link <http://iseb3.com.br/respostas-em-planilhas>.



7. CERTIFICAÇÕES, SELOS E RECONHECIMENTOS

7.5 Outros reconhecimentos

Além das certificações e reconhecimentos mais famosos do mercado, é possível acompanhar a trajetória de algumas empresas e mapear iniciativas que mesmo não entrando no radar de primeira opção a serem buscadas, podem ajudar no mapeamento de iniciativas de forma a criar um caminho de indicadores mais valorizados por mercados fora do Brasil. Alguns deles estão mapeados no levantamento abaixo:

Global Climate Action Award

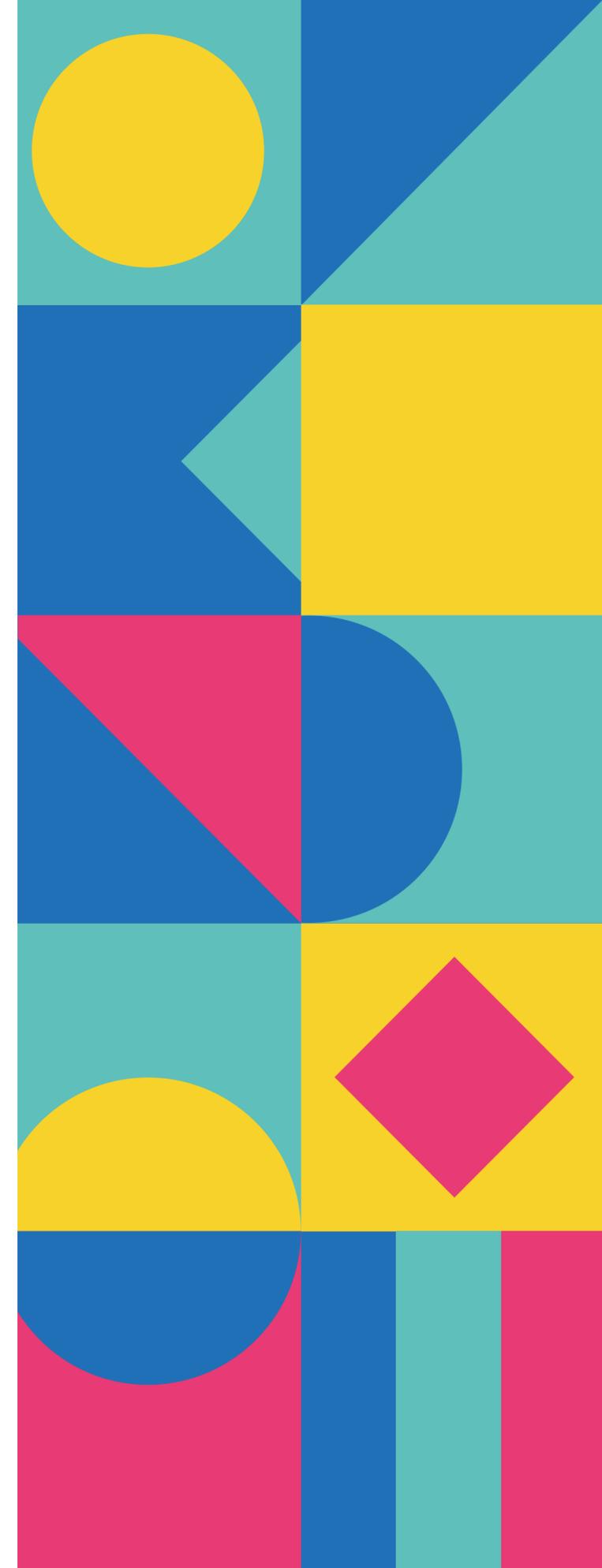
Uma iniciativa da ONU que reconhece algumas das melhores soluções do mundo para as mudanças climáticas, podendo ser iniciativas lideradas por comunidades, governos, empresas e/ou organizações. Ele é parte de um esforço mais amplo para mobilizar e incentivar iniciativas com objetivo de implementar o Acordo de Mudança Climática de Paris e os ODS.

Detalhes estão no link <https://unfccc.int/climate-action/momentum-for-change/media/un-global-climate-action-awards-at-cop25>

Ranking Corporate Knights Global 100

O ranking anual das empresas mais sustentáveis do mundo, mapeado pela Corporate Knights Consultoria, de Toronto, Canadá, tem o objetivo de criar um índice para comparar e classificar quantitativamente as maiores empresas públicas do mundo. Anualmente a lista das empresas reconhecidas é divulgada durante o Fórum Econômico Mundial, em Davos, na Suíça.

Maiores informações no link <https://www.corporateknights.com/reports/2021-global-100>.





As empresas mais éticas do mundo pela Ethisphere Institute

Um reconhecimento anual que celebra um seleto grupo de empresas que demonstram programas e práticas excepcionais é a premiação agraciada pelo Ethisphere Institute, empresa especializada na definição e medição de padrões éticos corporativos, localizada no Arizona, Estados Unidos.

A construção da premiação é explicada no site <https://www.worldsmoethicalcompanies.com>.

Ranking Merco de Responsabilidade e Governança Corporativa

Desde 2000 a Merco desenvolve um monitoramento que avalia a reputação de empresas na América Latina. Este estudo, aberto e gratuito, avalia pontos como percepção, 20 diferentes fontes de informação e a realidade dos méritos reputacionais.

O ranking de 2019, o mais recente disponível, encontra-se no site <https://www.merco.info/br/ranking-merco-empresas>, assim como sua ficha técnica e metodologia.

Dow Jones Sustainability Index (DJSI)

Lançado em 1999, o Dow Jones Sustainability Index World foi o primeiro indicador de performance financeira das empresas líderes em sustentabilidade a nível global. Indexado pela bolsa de Nova Iorque, o índice contempla as empresas classificadas como mais capazes de criar valor para os acionistas em longo prazo e através de uma gestão de riscos associados a fatores econômicos, ambientais e sociais.

7. CERTIFICAÇÕES, SELOS E RECONHECIMENTOS

Leaping Bunny Programme da Cruelty Free International

Um indicador específico, que avalia e classifica empresas por sua realização, ou não, de testes em animais. Ele é considerado um dos principais indicadores para os segmentos de cosméticos, cuidados pessoais e produtos domésticos, e avalia, além do ciclo da própria empresa, o monitoramento de fornecedores e suprimentos de forma a garantir que toda a cadeia mantenha o mesmo posicionamento.

O site <https://www.crueltyfreeinternational.org/what-we-do/corporate-partnerships/leaping-bunny-programme> apresenta mais informações, além da lista de mais de 1000 empresas que carregam orgulhosamente esse selo.

Certificação UEBT (União para o BioComércio Ético)

A União para o BioComércio Ético, além de orientar empresas sobre práticas de abastecimento que respeitem as pessoas e a biodiversidade, desenvolveu uma normativa alinhada com os objetivos da Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB) e aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (UN), concedendo uma certificação às empresas que atendem seus requisitos e orientações.

Neste link é possível identificar maiores informações sobre o processo <https://static1.squarespace.com/static/58bfcaf22994ca36885f063e/t/5d3080bcfc077d00017ef280/1563459773412/Portugese.pdf>.

Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento (WBCSD, em inglês)

Segundo seu próprio site, <https://www.wbcSD.org>, o WBCSD foi criado em 1995 como uma plataforma para as empresas responderem aos desafios da sustentabilidade que estavam apenas começando a surgir na consciência empresarial coletiva. Com a missão de ajudar empresas a acelerar sua transição para o mundo sustentável, possui diferentes iniciativas conectadas a variados ODS.





8. PAPEL DO GOVERNO E INSTITUIÇÕES

“Recria tua vida, sempre, sempre.
Remove pedras e planta roseiras e faz
doces. Recomeça.”
Cora Coralina

Os negócios, investimentos de impacto e suas organizações intermediárias foram definidos no Brasil pelo Decreto nº 9.244, de 17 de dezembro de 2017. Além dessas definições, o mesmo decreto instituiu a ENIMPACTO, a Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto, uma articulação de órgãos e entidades da administração pública federal, do setor privado e da sociedade civil com o objetivo de promover um ambiente favorável ao desenvolvimento de investimentos e negócios de impacto.

Com o intuito de propor, monitorar, avaliar e articular a implementação da ENIMPACTO, o Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto foi criado por meio da Portaria MDIC nº 252-SEI, em 06 de fevereiro de 2018. Tal portaria indicava a formação desse comitê por diversos órgãos e entidades, como o Ministério da Economia, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), o Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE), a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), a Associação Brasileira de Venture Capital e Private Equity (ABVCAP), o Instituto Anjos do Brasil, a Força Tarefa de Finanças Sociais (atual Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto), o Sistema B, a Pipe.Social e outros.

Ao longo do desenvolvimento e amadurecimento do ecossistema brasileiro de negócios de impacto, novas instituições foram criadas e incluídas nesse grupo. Por fim, seus membros foram designados pela Portaria ME nº 1.704, de 21 de Janeiro de 2020.

Liderada pelo Ministério da Economia, através da Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade, a ENIMPACTO vem apresentando avanços desde sua criação, em 2017, ao corresponder à atuação do Estado em três grandes áreas para apoiar o ecossistema:

8. PAPEL DO GOVERNO E INSTITUIÇÕES

REGULAÇÃO:

Através da publicação de normas que apoiam os negócios de impacto. Nesse sentido, existem três iniciativas regulatórias em andamento dentro da ENIMPACTO:

- A criação dos contratos de impacto social (*social impact bonds*) dentro de um projeto de lei que está em tramitação no Senado;
- O projeto de lei que qualifica as sociedades de benefício no Brasil para que as empresas tenham a oportunidade de se classificar como tal;
- A regulação de fundos patrimoniais para que institutos e fundações possam investir em negócios de impacto sem perder imunidade tributária.

FOMENTO:

Através da disponibilização de recursos e editais, dentro da agenda pública, que apoiam o ecossistema. Nesse sentido, existem atualmente as seguintes iniciativas dentro da ENIMPACTO:

- Mais de 100 negócios de impacto já foram acelerados através do programa Iniciativa de Impacto, desenvolvido em parceria com o Sebrae Nacional e a Fundação CERTI;
- Articulação e diálogo com a sociedade civil, apoiando estratégias estaduais de apoio ao ecossistema e, nesse processo, utilizando a própria ENIMPACTO como exemplo.



COMPRAS GOVERNAMENTAIS:

O Estado assume o papel de comprador de soluções de impacto. Nesse sentido, dentro da ENIMPACTO, existem as seguintes iniciativas:

- O primeiro contrato de impacto foi feito em 2019 com recursos do FAT (Fundo de Amparo ao Trabalhador) e segue em andamento;
- Diálogo com a Secretaria de Gestão do Ministério da Economia com foco na inserção de critérios de impacto no decreto de governança de compras sustentáveis.

Apesar do pouco tempo de existência e operação da ENIMPACTO, a estratégia apresentou importantes conquistas, sempre com a possibilidade de avançar mais. Dentro do tema de compras governamentais, por exemplo, a Argentina — assim como outros países da América Latina — instituiu, em seu ordenamento jurídico, legislações que colocam critérios de triplo impacto (social, ambiental e econômico) nas compras públicas e que priorizam esse tipo de compra.

Faltam também recursos para o ecossistema e a criação de um fundo de impacto que ainda não foi consolidado, apesar da articulação com o BNDES, a Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil a partir da criação da ENIMPACTO.

Este estudo também buscou escutar os negócios brasileiros de impacto em relação às percepções dos empreendedores sobre o papel do governo e a existência de políticas públicas para o ecossistema. Os posicionamentos foram variados. Encontramos negócios de impacto que não utilizam nenhum tipo de programa de fomento, olhando exclusivamente para as oportunidades de mercado, e outros que participam de diversos programas de apoio (mais voltados para o tipo de negócio e o setor de atuação e não como um programa caracterizado por apoiar negócios de impacto, por exemplo).

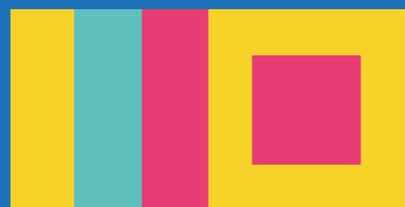


8. PAPEL DO GOVERNO E INSTITUIÇÕES

As entrevistas também apontaram caminhos, sugestões e pontos de melhoria. Desenvolver benefícios para que as empresas de impacto consigam crescer e para que possam melhorar suas respectivas cadeias produtivas, ou seja, trabalhar também com fornecedores de impacto, é um exemplo. Como já mencionado na análise da ENIMPACTO, destinar recursos e linhas de incentivo para apoiar o desenvolvimento de negócios de impacto (praticamente inexistentes, quando comparados aos recursos disponíveis para empresas de tecnologia) é outro exemplo.

Além do governo, o Brasil conta com importantes instituições atuando no fomento e no desenvolvimento do ecossistema de negócios de impacto. Mencionamos, no item 3.1 deste estudo, a Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto, liderada pelo ICE (Instituto de Cidadania Empresarial), que, em 2020, foi responsável pela publicação chamada "[O Ecossistema de Investimentos e Negócios de Impacto entre 2015 e 2020](#)", com informações, evidências e relatos sobre o avanço do ecossistema de investimentos e negócios de impacto no Brasil. A construção de recomendações para o próximo ciclo de cinco anos (2020-2025) fez parte do processo de avaliação dos avanços das recomendações e metas feitas pela Aliança nos últimos cinco anos. As recomendações passam por temas como fomento à dinamizadores de impacto, negócios de impacto em territórios vulnerabilizados, conexão com negócios ambientais, tecnologias para impacto, entre outros.





9. COMO SER UMA EMPRESA DE IMPACTO

“A ideia de nós humanos nos desconectarmos da terra, vivendo numa abstração civilizatória, é absurda. Ela suprime a diversidade, nega a pluralidade das formas de vida, de existência e de hábitos.”
Ailton Krenak



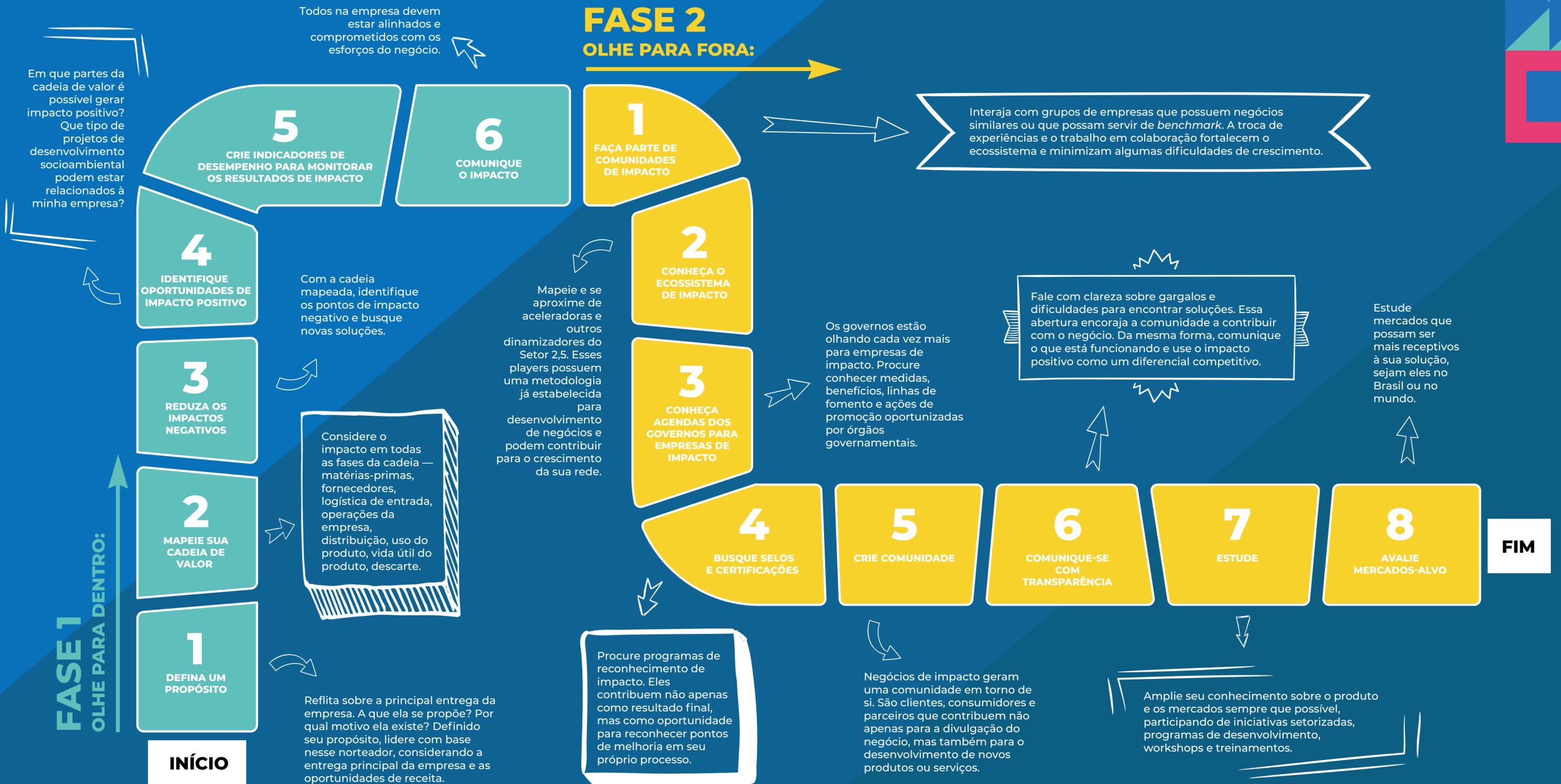
Considerando todas as informações levantadas por este estudo, bem como as entrevistas em profundidade realizadas com players do ecossistema de impacto brasileiro, construímos um mapa com recomendações para que empresas trilhem um caminho orientado para o impacto positivo.

É importante observar que essas recomendações abrangem empresas de qualquer porte e setor econômico. Ou seja, independente da sua área de atuação ou tamanho, todo negócio possui potencial transformador e a responsabilidade de atuar como um vetor de mudança para gerar impacto positivo na sociedade e no meio ambiente.

Para fazer o download do arquivo de recomendações, é só clicar na página a seguir.



COMO SER UMA EMPRESA DE IMPACTO



CLIQUE PARA BAIXAR!

BIBLIOGRAFIA

ABDO, S. Investimentos de impacto avançam e movimentam US\$ 785 milhões no Brasil. [Brasil]: Capital Reset, 23 set. 2020. Disponível em: <https://www.capitalreset.com/investimentos-de-impacto-avancam-e-movimentam-us-785-milhoes-no-brasil-distribuicao-de-produtos-e-desafio/>. Acesso em: 28 dez. 2020.

ALIANÇA PELOS INVESTIMENTOS E NEGÓCIOS DE IMPACTO. Aliança pelo Impacto. [Brasil]: Instituto de Cidadania Empresarial, 2021. Disponível em: <http://aliancapeloimpacto.org.br/>. Acesso em: 25 dez. 2020.

ALIANÇA PELOS INVESTIMENTOS E NEGÓCIOS DE IMPACTO. O ecossistema de investimentos e negócios de impacto entre 2015 e 2020: evidências e relatos sobre os avanços do campo no Brasil a partir de 15 recomendações. São Paulo: Instituto de Cidadania Empresarial, 2020. Disponível em: <http://aliancapeloimpacto.org.br/wp-content/uploads/2020/12/2020-relatorioalianca-15-20-v09.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2021.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMIENTOS INOVADORES - ANPROTEC. 5ª edição do Desafio de Incubação e Aceleração de Impacto apresenta as incubadoras e aceleradoras finalistas. [Brasil]: Anprotec, 07 jul. 2020. Disponível em: <https://anprotec.org.br/site/2020/07/5a-edicao-do-desafio-de-incubacao-e-aceleracao-de-impacto-apresenta-as-incubadoras-e-aceleradoras-finalistas/>. Acesso em: 03 jan. 2021.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMIENTOS INOVADORES - ANPROTEC. Programa de incubação e aceleração de impacto. [Brasil]: Anprotec, [2020?]. Disponível em: <https://anprotec.org.br/negociosdeimpacto/>. Acesso em: 03 jan. 2021.

B LAB. Medindo o que importa: avaliação de impacto B. Argentina: B Lab, 2021. Disponível em: <https://bimpactassessment.net>. Acesso em: 22 fev. 2021.

CANADA'S NATIONAL ADVISORY BOARD TO THE SOCIAL IMPACT INVESTMENT TASKFORCE; MARS - CENTRE FOR IMPACT INVESTING. Mobilizing Private Capital for Public Good: Priorities for Canada. [Canada]: MaRS, sept. 2014. Disponível em: https://www.marsdd.com/wp-content/uploads/2014/09/MaRS-National_Advisory_Board_Report_EN.pdf. Acesso em: 28 nov. 2020.



CARROLL, A. B. A Three Dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, Briarcliff Manor, v. 4, p. 497-505, 1979.

CARROLL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, Bloomington, v. 34, n. 4, p. 34-48, 1991.

CONE COMMUNICATIONS. CSR Demand Hit New Highs. [Boston]: Conne Communications, [2015]. Disponível em: https://static1.squarespace.com/static/56b4a7472b8dde3df5b7013f/t/573b6e6822482eca31fc705a/1463512682037/05192015Global_CSR_Infographic_FIN.png. Acesso em: 18 nov. 2020.

DE BENEDICTO, S. C.; RODRIGUES, A. C.; PENIDO, A. M. da S. Surgimento e evolução da responsabilidade social empresarial: uma reflexão teórico-analítica. ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 28., 2008, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: ABEPRO, 2008.

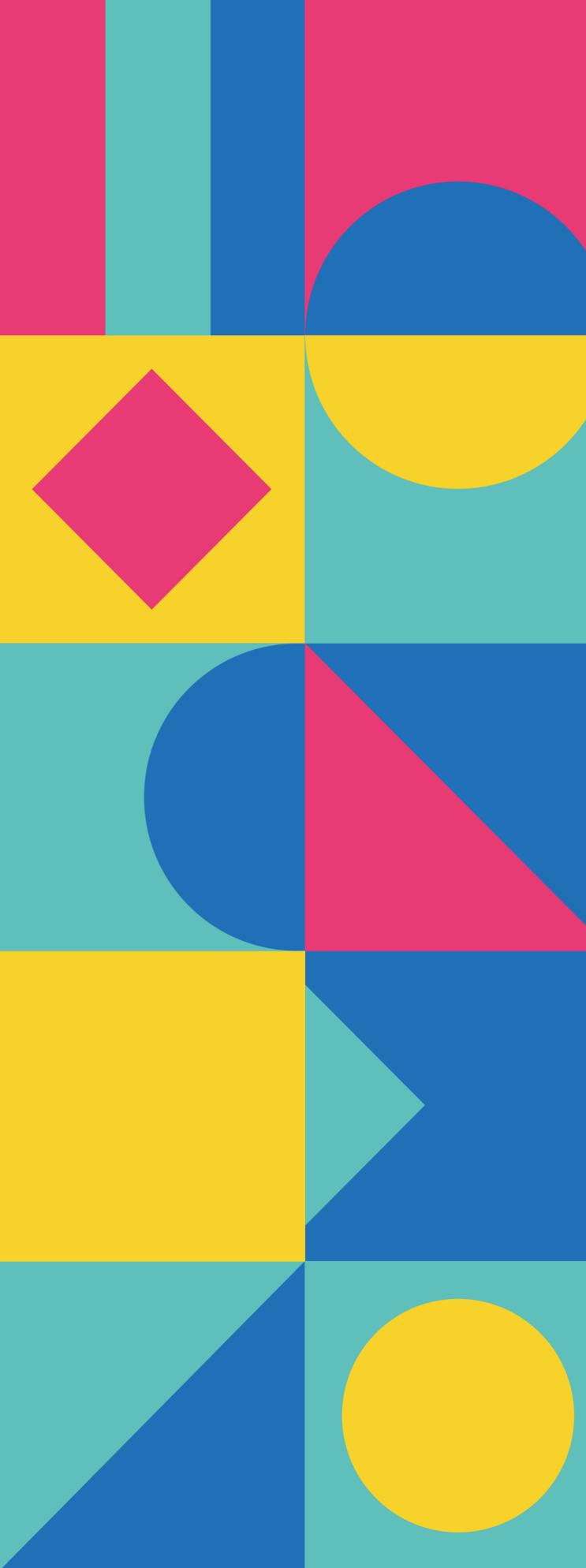
ETHISPHERE INSTITUTE. 2021 World's Most Ethical Companies. Scottsdale, Ethisphere: 2021. Disponível em: <https://www.worldsmoethicalcompanies.com/>. Acesso em: 05 mar. 2021.

EXAME. São Paulo: Abril, n. 1184, 01 mai. 2019. Disponível em: <https://exame.com/edicoes/1184/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. Finanças sociais: soluções para desafios sociais e ambientais. [Brasil]: Força Tarefa de Finanças Sociais, out. 2015. Disponível em: <https://aliancapeloimpacto.org.br/wp-content/uploads/2020/02/financas-sociais-solucoes.pdf>. Acesso em: 21 jan. 2021.

FREIRE, R.; SOUZA, M. J. B. Responsabilidade social corporativa: um enfoque a partir dos principais modelos teóricos. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 6., 2010, Niterói. Anais [...]. Niterói: Portal do CNEG; INOVARSE, 2010. Disponível em: http://www.inovarse.org/sites/default/files/T10_0261_1298_4.pdf. Acesso em: 15 dez. 2020.

FREIRE, R. et al. Responsabilidade social corporativa: evolução da produção científica. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO - CNEG, 4., 2008, Niterói. Anais [...]. Niterói: CNEG, 2008.



GLOBAL IMPACT INVESTING NETWORK. The GIIN. New York: Global Impact Investing Network, 2021. Disponível em: <https://thegiin.org/>. Acesso em: 23 dez. 2020.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE; UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT; WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. Guia dos ODS para as empresas: diretrizes para implementação dos ODS na estratégia dos negócios. [Brasil]: GRI; UN Global Compact; WBCSD, [2015]. Disponível em: <https://cebds.org/wp-content/uploads/2015/11/Guia-dos-ODS.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2020.

GRAJEW, O. O que é responsabilidade social. Mercado Global, São Paulo, v. 28, n. 105, jun. 2000

HAND, D. et al. 2020 Annual Impact Investor Survey. New York: Global Impact Investing Network, 11. jun. 2020. Disponível em: <https://thegiin.org/research/publication/impinv-survey-2020>. Acesso em: 15 jan. 2021.

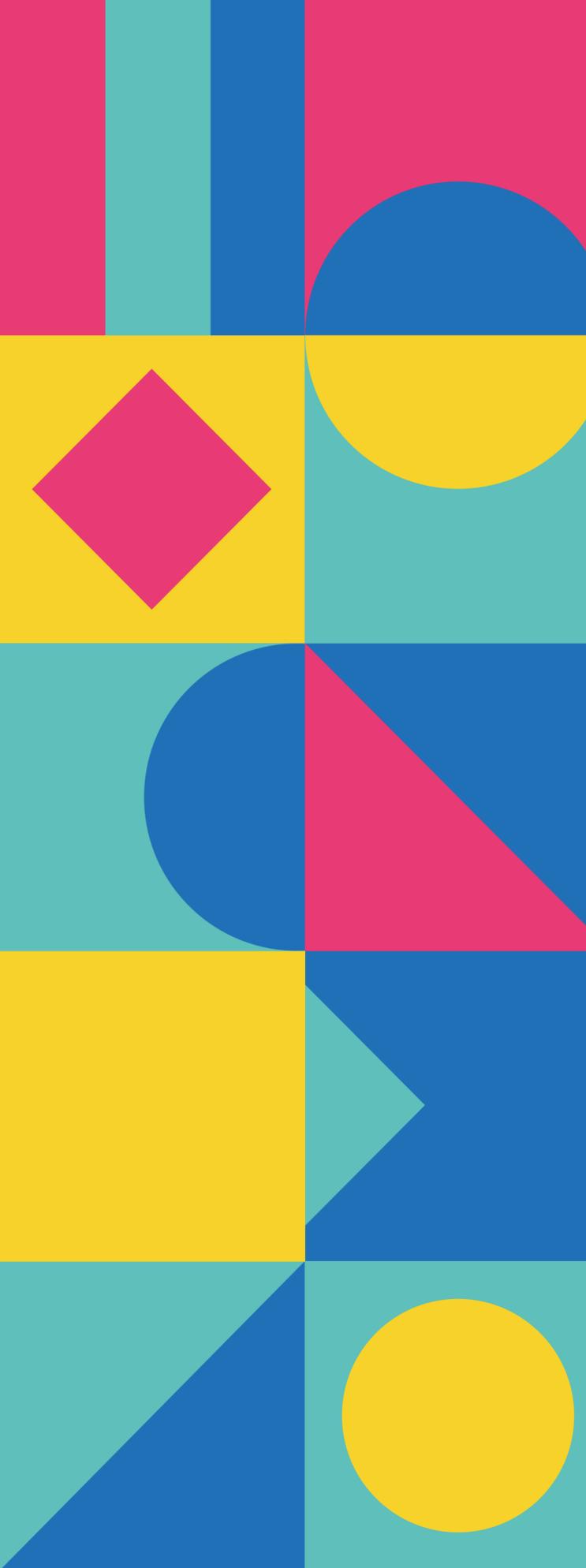
HENISZ, W.; KOLLER, T.; NUTTALL, R. Five ways that ESG creates value. McKinsey Quarterly, [Seattle], n. 4, 14 nov. 2019. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/five-ways-that-esg-creates-value>. Acesso em: 15 out. 2020.

IMPACT INVESTING INSTITUTE. Impact Investing Institute. London: Impact Investing Institute, 2021. Disponível em: <https://www.impactinvest.org.uk/>. Acesso em: 05 jan. 2021.

INSTITUTE FOR THE FUTURE. Map of the Decade - Power Shifts: a Decade of Extreme Consequences and Transformational Possibilities. Palo Alto: IFTF, 2019. Disponível em: https://www.iftf.org/fileadmin/user_upload/downloads/vantage/IFTF_2019_PowerShifts_Map_of_the_Decade.pdf. Acesso em: 05 fev. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA; SECRETARIA ESPECIAL DE ARTICULAÇÃO SOCIAL. Indicadores Brasileiros para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. [Rio de Janeiro]: IBGE, 2021. Disponível em: <https://odsbrasil.gov.br/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis. São Paulo: Instituto Ethos, mar. 2017. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-para-negocios-sustentaveis-e-responsaveis/>. Acesso em: 10 nov. 2020.



MOVIMENTO ODS NACIONAL. Movimento Nacional ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. [Brasil]: Movimento ODS Nacional, 2019. Disponível em: <https://movimentoods.org.br>. Acesso em: 18 out. 2020.

OLIVERI, Stefano. These 4 skills can make the world better after COVID-19. Genève: World Economic Forum: 05 aug. 2020. Disponível em: <https://www.weforum.org/agenda/2020/08/the-four-skills-to-make-the-world-better-after-covid-19/>. Acesso em: 15 set. 2020.

PARDINI, D. J. et al. Origens e evolução da responsabilidade social corporativa: uma perspectiva histórica de quatro siderúrgicas brasileiras. Revista de Administração FACES Journal, Belo Horizonte, v. 6, n. 3, 2007.

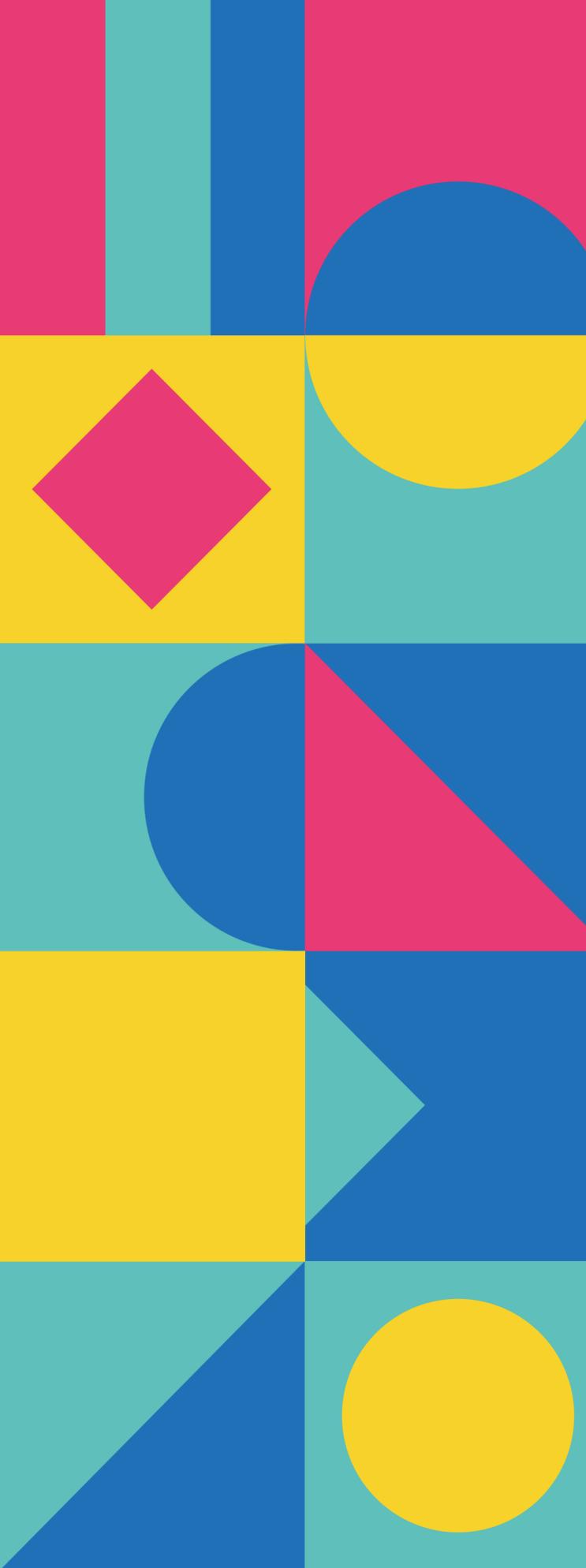
PIPE.SOCIAL. 2º Mapa de negócios de impacto: social + ambiental. [São Paulo]: Pipe.Social, 2019. Disponível em: <https://pipe.social/pipelabo/mapa2019>. Acesso em: 20 nov. 2020.

PIPE.SOCIAL. O que são negócios de impacto: características que definem empreendimentos como negócios de impacto. São Paulo: ICE, 2019. Disponível em: <https://aliancapeloimpacto.org.br/wp-content/uploads/2020/03/ice-estudo-negocios-de-impacto-2019-web.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2020.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Criação de valor compartilhado. [Brasil]: Harvard Business Review Brasil, 6 jan. 2011. Disponível em: <https://hbrbr.com.br/criacao-de-valor-compartilhado/>. Acesso em: 15 dez. 2020.

PRICEWATERHOUSECOOPERS. Social capital: valuing the impact business has on society. United Kingdom: PwC, 2015-2021. Disponível em: <https://www.pwc.co.uk/services/sustainability-climate-change/total-impact/social-capital-valuing-the-impact-business-has-on-society.html>. Acesso em: 23 dez. 2020.

PROGRAMA DE NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO - PNUD BRASIL; SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Retrato dos Pequenos Negócios Inclusivos e de Impacto no Brasil 2017. [Brasil]: PNUD Brasil, 2017. Disponível em: <https://sinapse.gife.org.br/download/retrato-dos-pequenos-negocios-inclusivos-e-de-impacto-no-brasil-2017>. Acesso em: 15 dez. 2020.



QUINTESSA. Guia 2.5: mapeamento de iniciativas que desenvolvem e investem em negócios de impacto no Brasil. Ed. 2019/2020. [Brasil]: Quintessa, [2020]. Disponível em: http://www.guiadoisemeio.com.br/wp-content/uploads/2020/08/GUIA_2_5_Publicacao_Edicao_3_2019.pdf. Acesso em: 12 jan. 2021.

SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE IMPACTO, 2020, Online. Painéis, talks, entrevistas, mesas redondas. Anais eletrônicos [...]. [Brasília]: Impact HUB Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.seminariointernacionaldeimpacto.com/school>. Acesso em: 23 dez. 2020.

UNEP FINANCE INITIATIVE. A legal framework for the integration of environmental, social and governance issues into institutional investment. London: Freshfields Bruckhaus Deringer, 2005. Disponível em: https://www.unepfi.org/fileadmin/documents/freshfields_legal_resp_20051123.pdf. Acesso em: 15 fev. 2021.

UNIÃO PARA O BIOCÔMERCIO ÉTICO. Norma de biocômeroço ético. [S. l.]: UEBT, 29 mai. 2019. Disponível em: <https://static1.squarespace.com/static/58bfcaf22994ca36885f063e/t/5d3080bcfc077d00017ef280/1563459773412/Portugese.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2020.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME - FINANCE INITIATIVE. SDGS and Impact. Genève: UNEP Finance Initiative, [2020?]. Disponível em: <https://www.unepfi.org/positive-impact/positive-impact>. Acesso em: 23 dez. 2020.

WARREN. A disrupção chegou ao mercado financeiro: como investir com propósito. [Porto Alegre]: Warren, [2020?]. E-book. Disponível em: https://lp.warren.com.br/hubfs/Warren_Ebook-Investir-com-Proposito.pdf. Acesso em: 05 jan. 2021.

WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Geneva: WBCSD, 2021. Disponível em: <https://www.wbcsd.org>. Acesso em: 15 mar. 2021.

EXPEDIENTE

CNI

Robson Braga de Andrade
Presidente

DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL E ECONOMIA - DDIE

Carlos Eduardo Abijaodi
Diretor de Desenvolvimento Industrial e Economia

Superintendência de Desenvolvimento Industrial

João Emílio Padovani Gonçalves

Superintendente de Desenvolvimento Industrial

Gerência de Serviços de Internacionalização

Sarah Saldanha de Lima Ferreira Oliveira

Gerente de Serviços de Internacionalização

Felipe Luis Ody Spaniol

Felipe Eduardo Mello da Cunha Costa

Maitê Sarmet Moreira Smiderle Mello

Equipe Técnica

DIRETORIA DE SERVIÇOS CORPORATIVOS – DSC

Fernando Augusto Trivellato

Diretor de Serviços Corporativos

Superintendência de Administração - SUPAD

Maurício Vasconcelos de Carvalho

Superintendente Administrativo

Alberto Nemoto Yamaguti

Normalização

SEBRAE

Conselho Deliberativo Nacional

José Roberto Tadros

Presidente

Diretoria Executiva

Carlos do Carmo Andrade Melles

Diretor-Presidente

Bruno Quick Lourenço de Lima

Diretor Técnico

Eduardo Diogo

Diretor de Administração e Finanças

Cesar Reinaldo Rissete

Gerente da Unidade de Competitividade

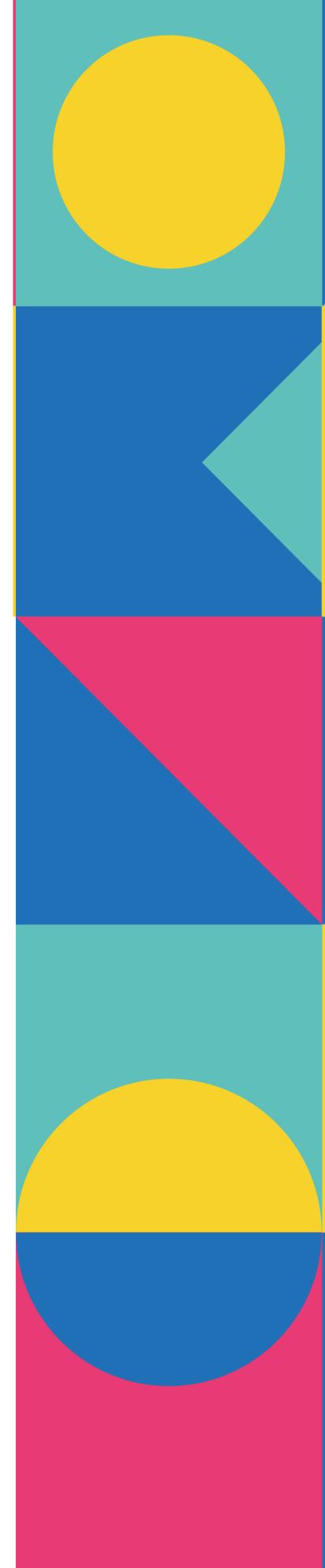
Carlos Eduardo Pinto Santiago

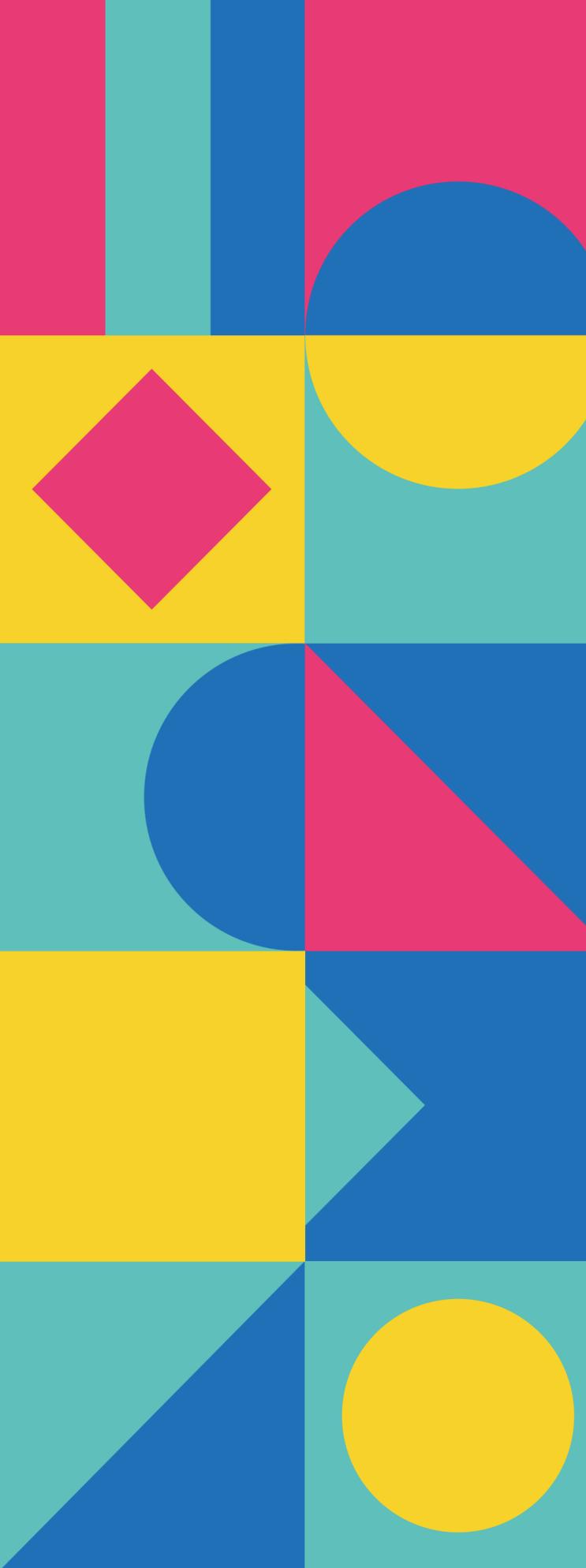
Gerente Adjunto da Unidade de Competitividade

Andrea Restrepo Ramirez

Gustavo Reis Melo

Equipe Técnica





EXPEDIENTE

ÂNDÉ PROJETOS ESPECIAIS

Elaboração do estudo

Camila Andréa Reinheimer
Mariana Gomes
Roberta Ramos
Equipe de pesquisa

Gabriel Dias
Projeto Gráfico e Diagramação

Sara Luiza Hoff
Revisão

Mariana Ramos
Apoio



OS DESAFIOS E AS OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS DE IMPACTO NO MERCADO INTERNACIONAL

