

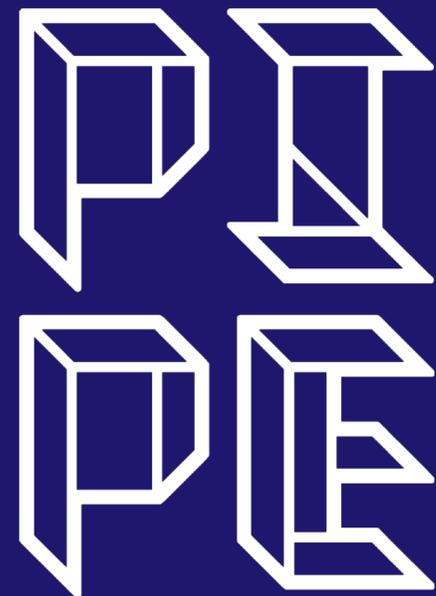


1º
MAPA DE
NEGÓCIOS DE
IMPACTO

SOCIAL + AMBIENTAL

PI
PE
SOCIAL

Mapa de Impacto
Report 2017



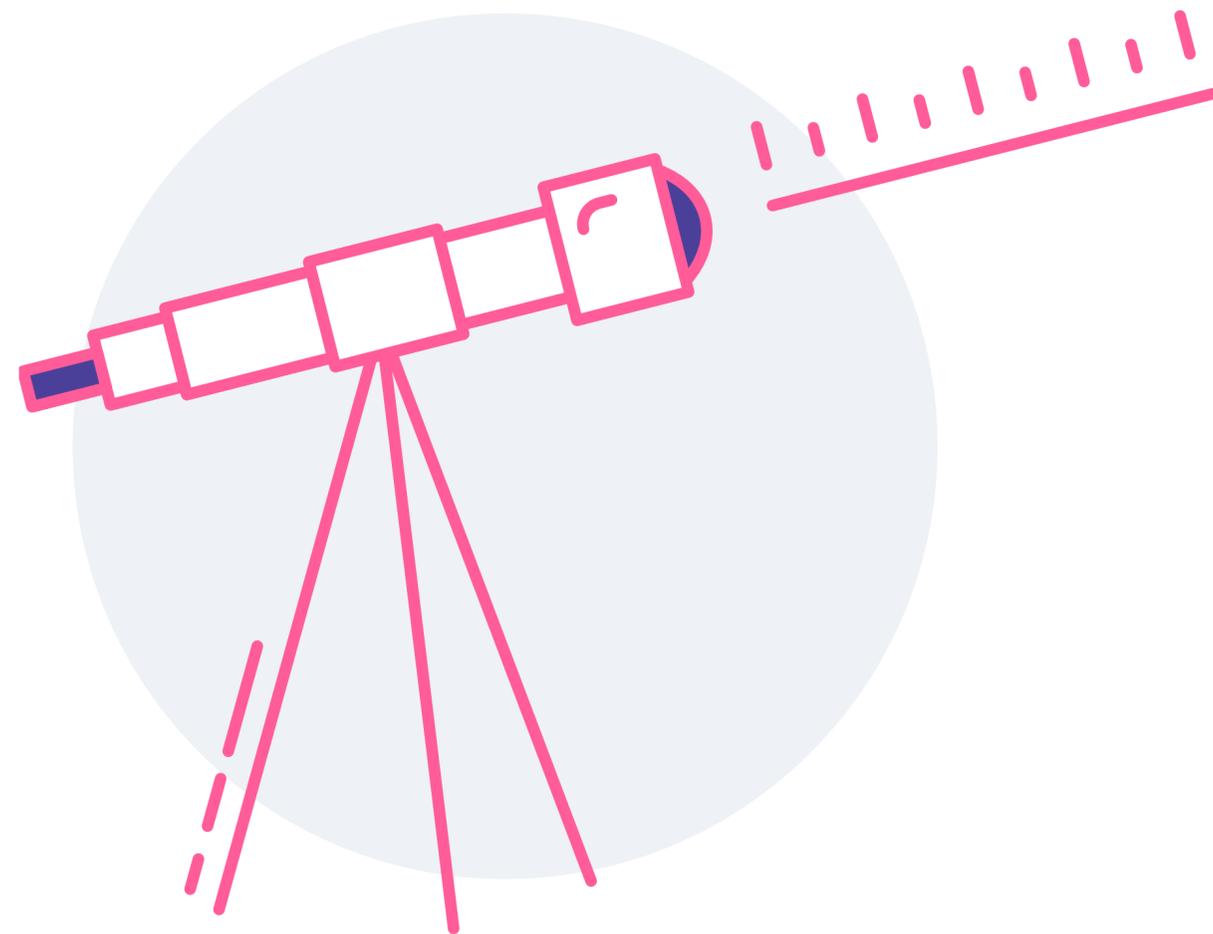
• **SOCIAL**

SOMOS UMA PLATAFORMA DE CONEXÕES PARA FOMENTAR O ECOSSISTEMA DE NEGÓCIOS DE IMPACTO NO BRASIL.

A Pipe.Social é uma vitrine de negócios de impacto que surgiu com o desejo de realizar *matching* entre empreendedores e potencializadores para o sucesso dos negócios.

Mapeamos e recrutamos negócios em seis verticais de impacto (saúde, educação, tecnologias verdes, cidades (mobilidade/habitação), cidadania e finanças sociais) para que sejam vistos e também se reconheçam dentro de um universo de possibilidades que o ecossistema oferece.

Realizamos chamadas nacionais e internacionais para processos de seleção de parceiros; laboratórios de inovação para grandes empresas; e desenvolvemos pesquisas e forecasting de mercado para fomento do ecossistema no país.



MOTIVAÇÃO DO ESTUDO

O 1º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental foi estruturado para medir os esforços dos diversos atores que estão construindo e fomentando um novo setor da economia no país. Com o mapeamento, temos dados-padrão para acompanhar a evolução desses negócios.

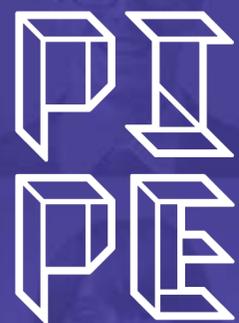
Um estudo colaborativo que só foi possível pela combinação inédita de cerca de 40 atores do ecossistema, em um esforço conjunto para mapear o setor.

PATROCINADORES



PARCEIROS





Qual problema o seu negócio resolve no mundo?

RESPONDER

A PESQUISA

Ter uma fotografia atual do setor de negócios de impacto no país, levantando problemáticas, reflexões e oportunidades que fomentem o fortalecimento e maturidade do ecossistema.

METODOLOGIA

Realizamos um levantamento quantitativo do universo de negócios de impacto no país que foi aprofundado em uma análise qualitativa para obtermos uma leitura mais robusta e crítica dos dados.

METODOLOGIA

Realizamos um levantamento quantitativo do universo de negócios de impacto no país que foi aprofundado em uma análise qualitativa para obtermos uma leitura mais robusta e crítica dos dados.



PESQUISA QUANTITATIVA

579 negócios mapeados,
em 5 regiões do país

METODOLOGIA

Realizamos um levantamento quantitativo do universo de negócios de impacto no país que foi aprofundado em uma análise qualitativa para obtermos uma leitura mais robusta e crítica dos dados.



PESQUISA QUANTITATIVA

579 negócios mapeados,
em 5 regiões do país



PESQUISA QUALITATIVA

Entrevistas com
empreendedores
mapeados na fase
quantitativa e revisões de
especialistas em negócios
de impacto.

METODOLOGIA

Realizamos um levantamento quantitativo do universo de negócios de impacto no país que foi aprofundado em uma análise qualitativa para obtermos uma leitura mais robusta e crítica dos dados.



PESQUISA QUANTITATIVA

579 negócios mapeados,
em 5 regiões do país



PESQUISA QUALITATIVA

Entrevistas com
empreendedores
mapeados na fase
quantitativa e revisões de
especialistas em negócios
de impacto.



DESK RESEARCH

Levantamento de dados
secundários sobre o setor
de impacto no Brasil e no
mundo.

METODOLOGIA

Realizamos um levantamento quantitativo do universo de negócios de impacto no país que foi aprofundado em uma análise qualitativa para obtermos uma leitura mais robusta e crítica dos dados.



PESQUISA QUANTITATIVA

579 negócios mapeados,
em 5 regiões do país



PESQUISA QUALITATIVA

Entrevistas com
empreendedores
mapeados na fase
quantitativa e revisões de
especialistas em negócios
de impacto.



DESK RESEARCH

Levantamento de dados
secundários sobre o setor
de impacto no Brasil e no
mundo.



WORKSHOP COM ESPECIALISTAS

Três sessões de trabalho
com as equipes
especializadas dos
patrocinadores do estudo.

OBJETIVOS GERAIS

Quantificar o perfil dos negócios e dos fundadores, a solução e modelo de negócio, dados de faturamento, busca por investimento e ferramentas de impacto.



**PESQUISA
QUANTITATIVA**

615

**QUESTIONÁRIOS
PREENCHIDOS**

- Questionário online com média de 15 minutos de preenchimento
- Campo realizado entre 5 de dezembro de 2016 e 12 de fevereiro de 2017
- Amostra não exaustiva do setor
- Margem de erro de quatro pontos percentuais para análises gerais
- Intervalo de confiança de 95%

OBJETIVOS GERAIS

Quantificar o perfil dos negócios e dos fundadores, a solução e modelo de negócio, dados de faturamento, busca por investimento e ferramentas de impacto.



**PESQUISA
QUANTITATIVA**

615

**QUESTIONÁRIOS
PREENCHIDOS**

579
**negócios de
impacto.**

Têm como principal fonte de receita a venda de produto/ serviço próprio ou a venda de consultoria/projetos esporádicos, sem alta dependência de capital subsidiado. Há, também, os que ainda não geram receita em fases iniciais da jornada.

36
**organizações que se
posicionam com alta
dependência de capital
filantrópico.**

Têm como principal fonte de receita o capital filantrópico/ doações de pessoa física, jurídica ou subsídio via editais do governo ou de institutos/empresas, dependendo desses recursos para cobrir mais de 50% de seus custos operacionais. Há, também, organizações que se autodefinem como projetos ou movimentos sociais que não geram receita.

OBJETIVOS GERAIS

Quantificar o perfil dos negócios e dos fundadores, a solução e modelo de negócio, dados de faturamento, busca por investimento e ferramentas de impacto.



**PESQUISA
QUANTITATIVA**

615

**QUESTIONÁRIOS
PREENCHIDOS**

579
negócios de
impacto.

A análise desse primeiro mapeamento do setor se concentra em uma base de negócios com missão social e/ou ambiental, que não dependem de capital filantrópico/subsídio de editais como principal fonte de receita. Para próximos mapeamentos, um maior esforço será empregado para analisar os resultados também no recorte COM e SEM fins lucrativos.

36
organizações que se
posicionam com alta
dependência de capital
filantrópico.

Essa base, que se distancia do foco deste mapeamento, foi excluída da análise geral.

OBJETIVOS GERAIS

Aprofundar nos resultados da fase quantitativa, entendendo aspectos relevantes do perfil e dinâmica dos negócios e buscando inspirações e boas práticas empreendedoras.



**PESQUISA
QUALITATIVA**

12

**ENTREVISTAS COM
EMPREENDEDORES**

10

**REVISÕES DE
ESPECIALISTAS**

- Entrevistas realizadas com um dos fundadores do negócio de impacto com foco em temáticas levantadas pelo estudo.
- Comentários de especialistas sobre recortes prévios do estudo com foco em leituras do contexto.
- Campo realizado entre abril e maio de 2017.

OBJETIVOS GERAIS

Aprofundar nos resultados da fase quantitativa, entendendo aspectos relevantes do perfil e dinâmica dos negócios e buscando inspirações e boas práticas empreendedoras.



**PESQUISA
QUALITATIVA**

12

**ENTREVISTAS COM
EMPREENDEDORES**

10

**REVISÕES DE
ESPECIALISTAS**

- Entrevistas realizadas com um dos fundadores do negócio de impacto com foco em temáticas levantadas pelo estudo.
- Comentários de especialistas sobre recortes prévios do estudo com foco em leituras do contexto.
- Campo realizado entre abril e maio de 2017.

OBJETIVOS GERAIS

Levantar um contexto do setor de impacto no Brasil e no mundo, bem como referências prévias de questões discutidas na análise do estudo.



DESK RESEARCH

- Levantamento de pesquisas, artigos, matérias e outros dados publicados no Brasil e no exterior.
- Campo realizado entre abril e maio de 2017.

OBJETIVOS GERAIS

Compartilhar a visão estratégica de especialistas no setor a respeito dos números do estudo. A partir das trocas realizadas nessas sessões, o estudo foi sendo refinado e os resultados aprofundados.



WORKSHOP COM PATROCINADORES

3

WORKSHOPS COM PATROCINADORES

- Sessões de trabalho realizadas presencialmente na cidade de São Paulo.
- Campo realizado entre abril e maio de 2017.

SUMÁRIO

Capítulo 01
Resultados



**RETRATO GERAL
DA PESQUISA**

Capítulo 02
Reflexões



**UM OLHAR
ANALÍTICO DOS DADOS**

Capítulo 03
Verticais



**NÚMEROS POR
ÁREA DE IMPACTO**

***SOBRE AS TERMINOLOGIAS DESSE ESTUDO**

Para a análise desse *report*, recorreremos às seguintes definições:

NEGÓCIOS DE IMPACTO

Empreendimentos que têm a missão explícita de gerar impacto socioambiental ao mesmo tempo em que produzem resultado financeiro positivo de forma sustentável.

(Fonte: Força Tarefa de Finanças Sociais)

ÁREAS DE IMPACTO

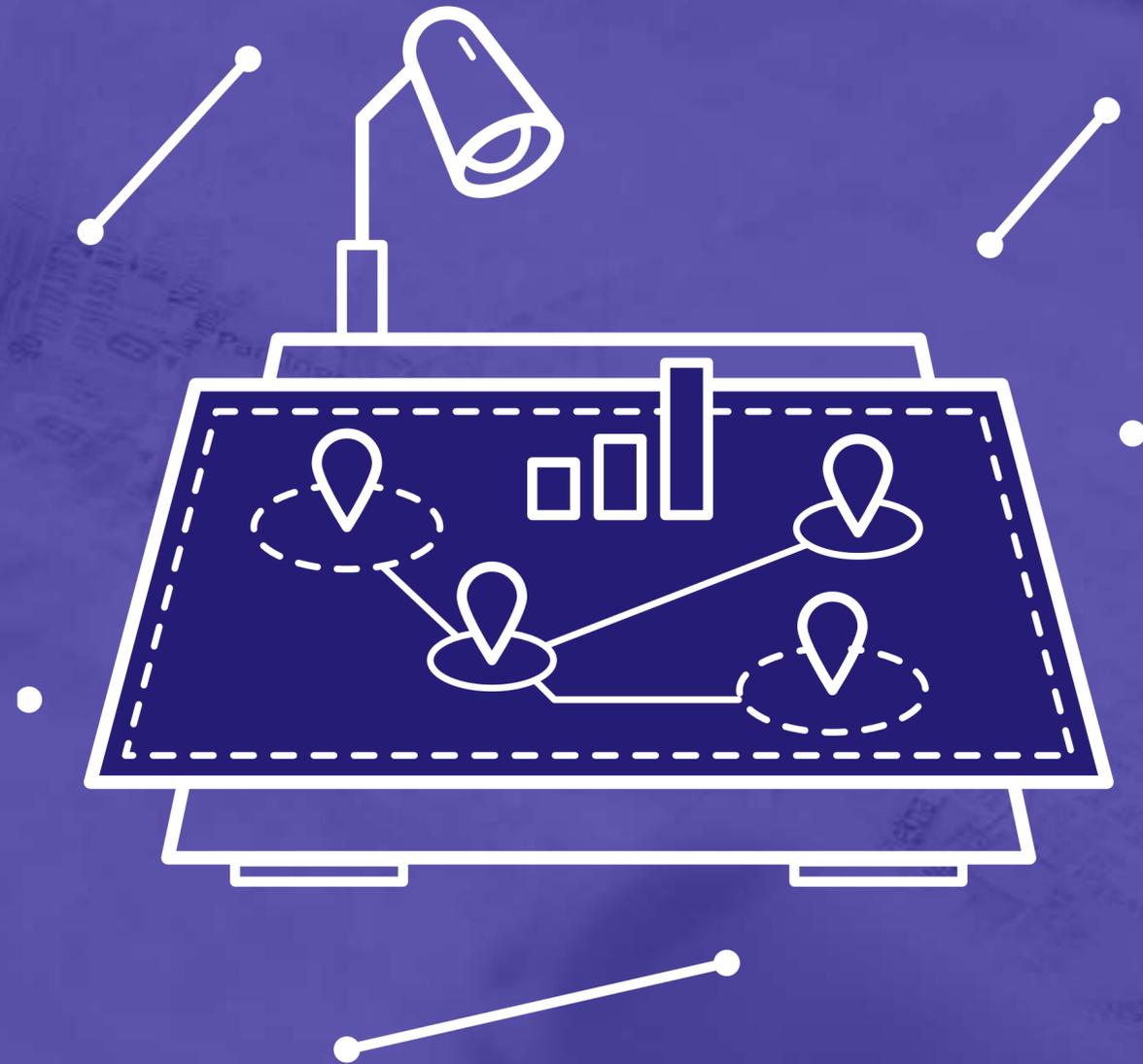
Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas foram consolidados pela Pipe.Social em seis verticais de impacto socioambiental: Cidadania, Cidades, Educação, Finanças Sociais, Saúde e Tecnologias Verdes.

(Fonte: ODS da ONU)

PRINCÍPIOS NORTEADORES PARA NEGÓCIOS DE IMPACTO

Conjunto de quatro princípios e critérios que uma organização deve adotar para ser reconhecida como um negócio de impacto pelos signatários da Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil.

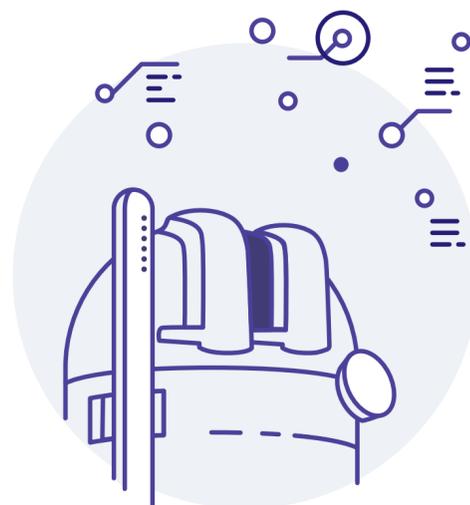
(Fonte: Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil)



RETRATO GERAL DA PESQUISA

Mapa de Impacto
01 | Resultados

Os resultados gerais deste primeiro levantamento do setor se apresentam sob três leituras:



**VISÃO MACRO
DOS DADOS**



**JORNADA
EMPREENDEDORA**

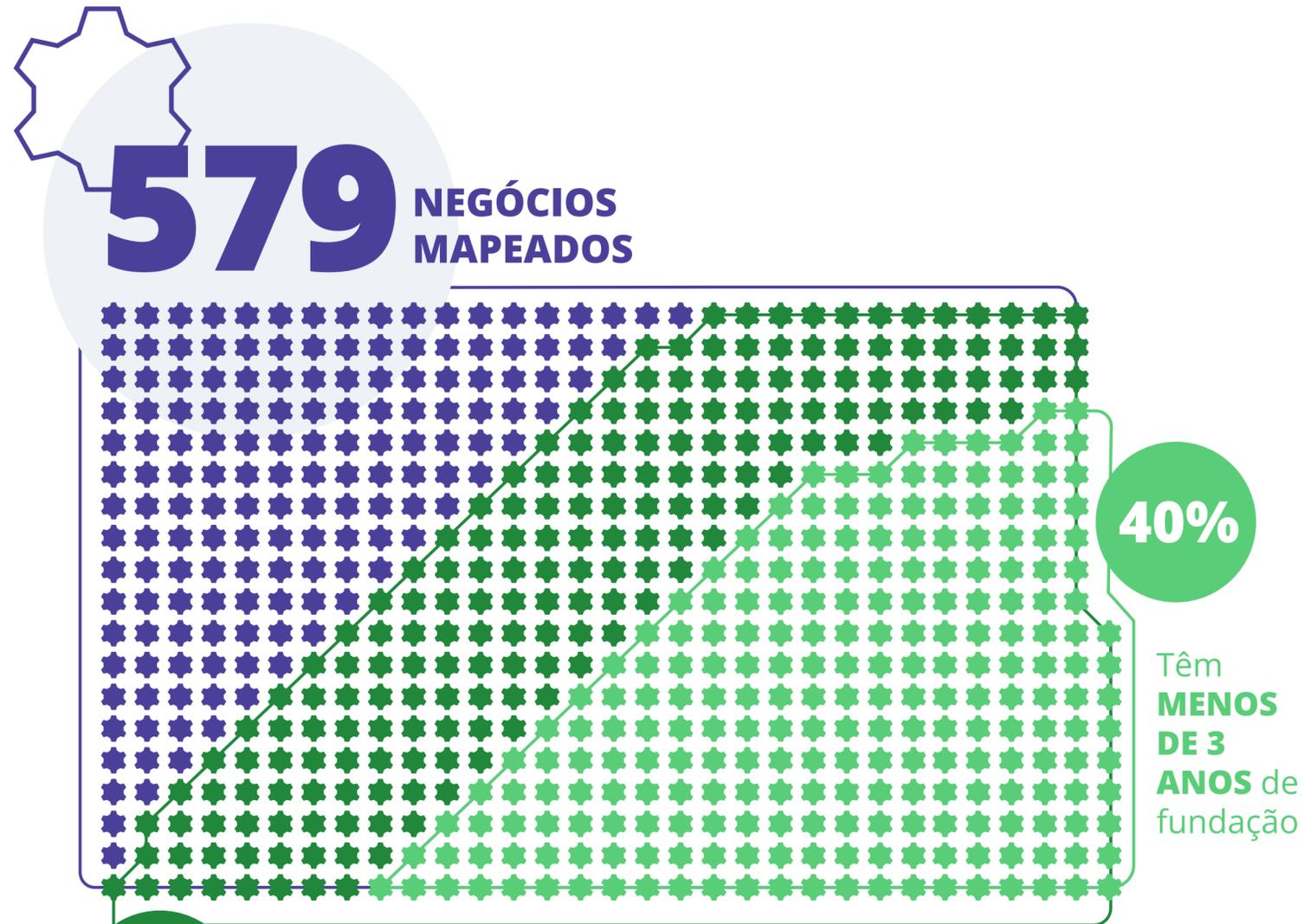


**OVERVIEW POR
ÁREA DE IMPACTO**



01.

VISÃO MACRO DOS DADOS

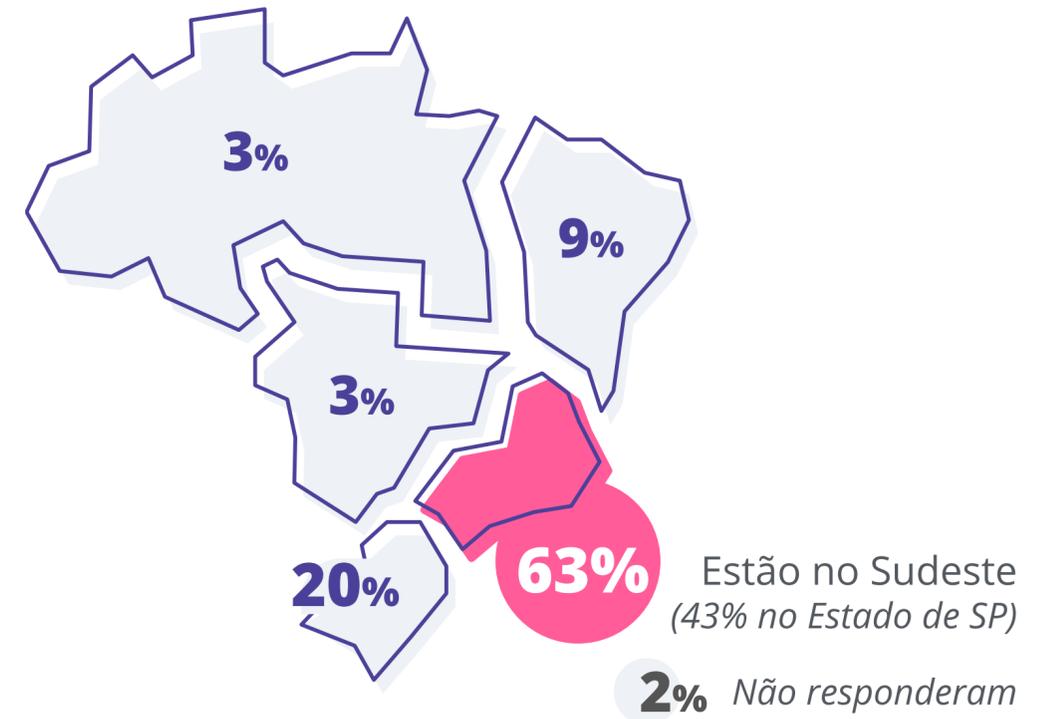


70% Já estão **FORMALIZADOS**

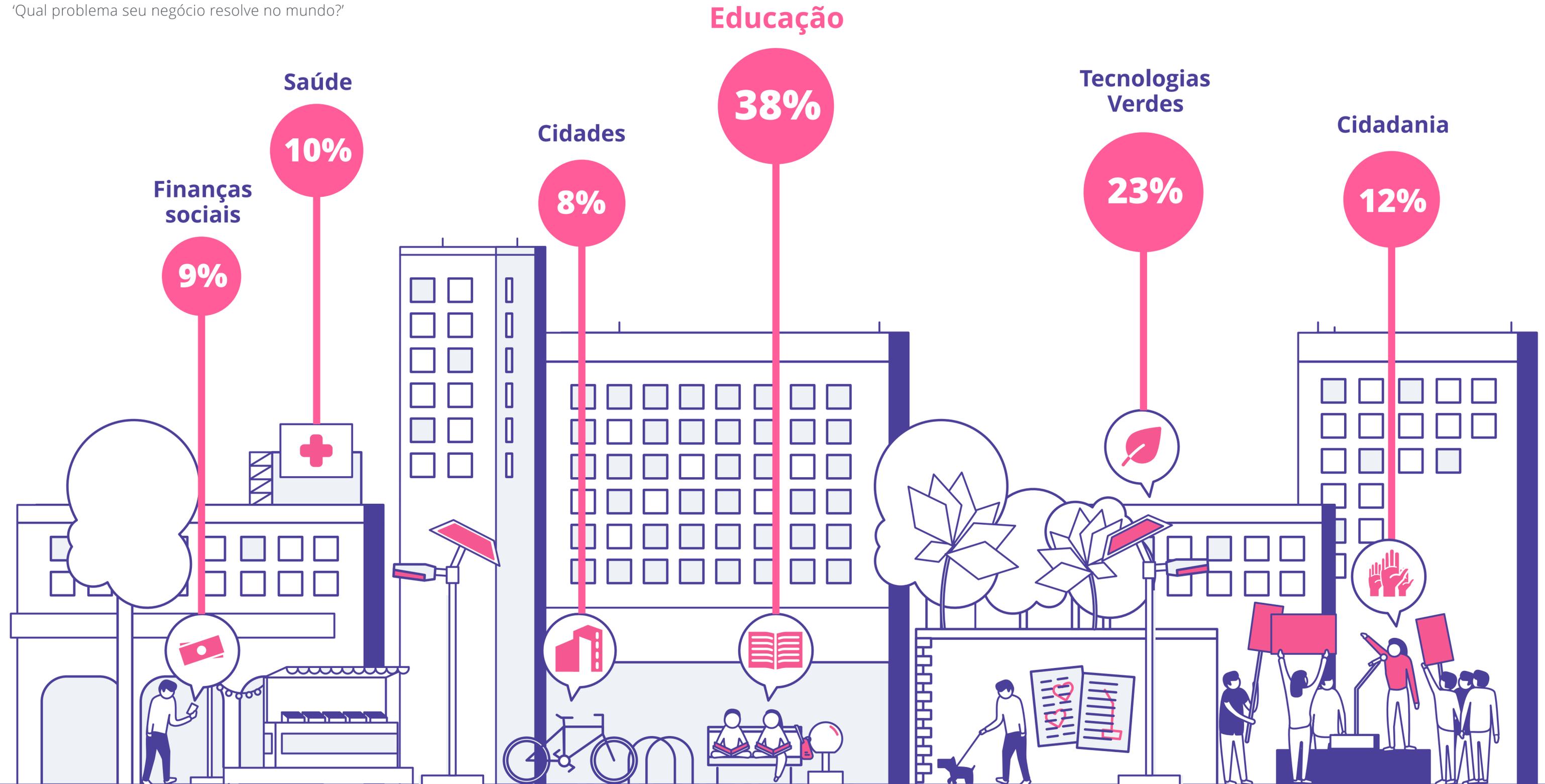
90% Têm equipe própria com mais de 2 funcionários (sendo 19% equipes próprias acima de dez funcionários)

58% Têm apenas homens como fundadores

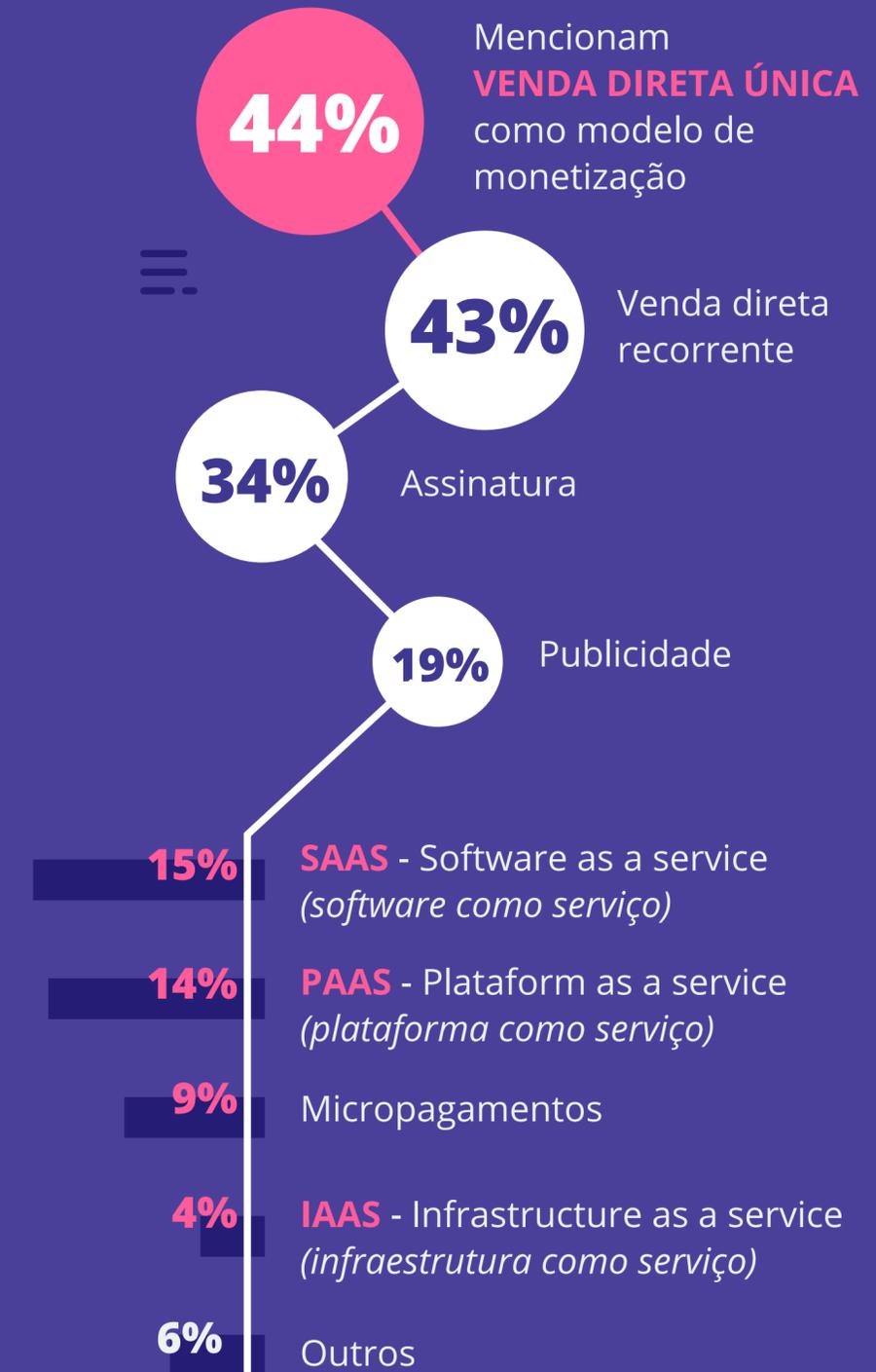
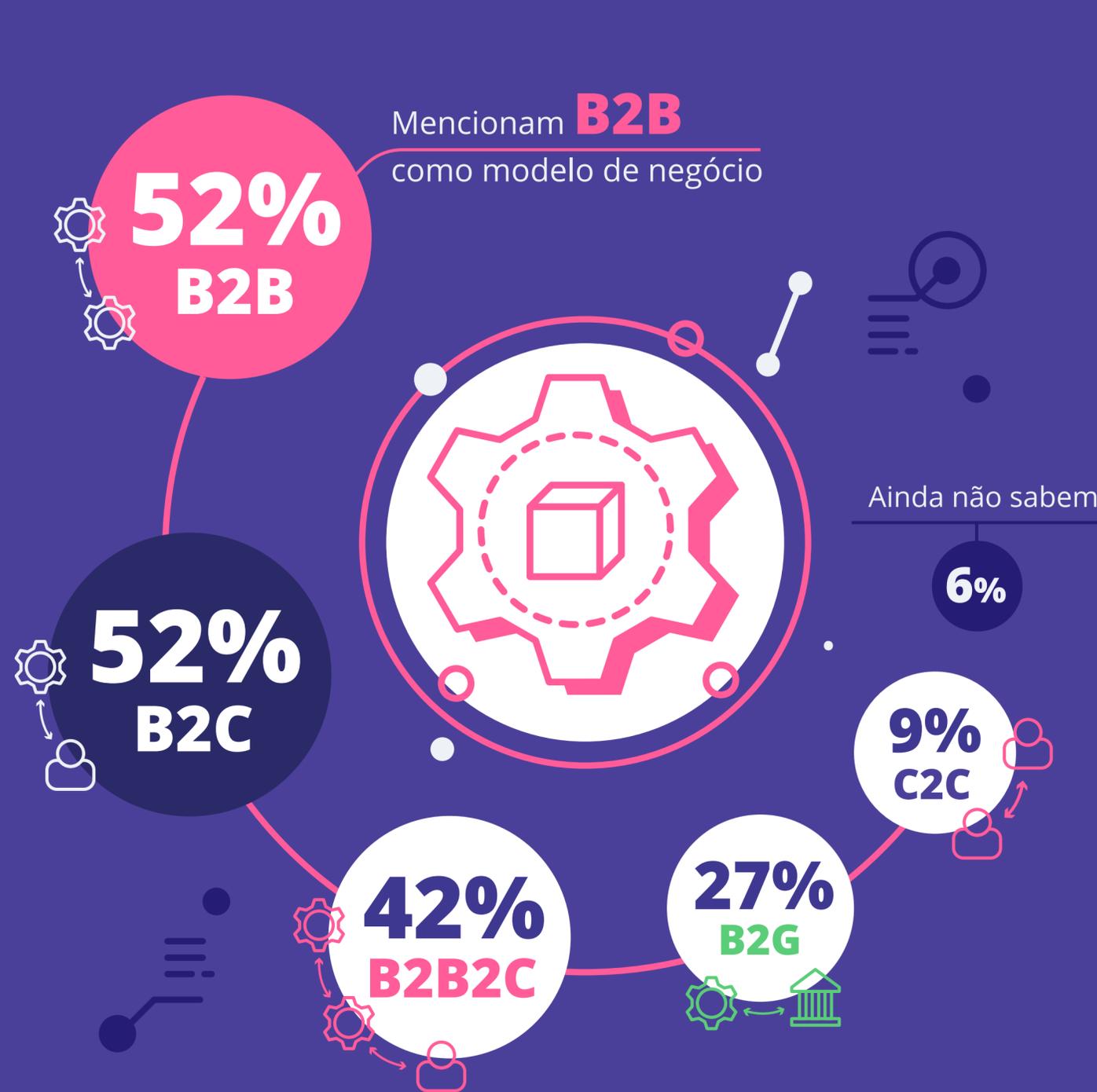
20% Têm apenas mulheres como fundadoras



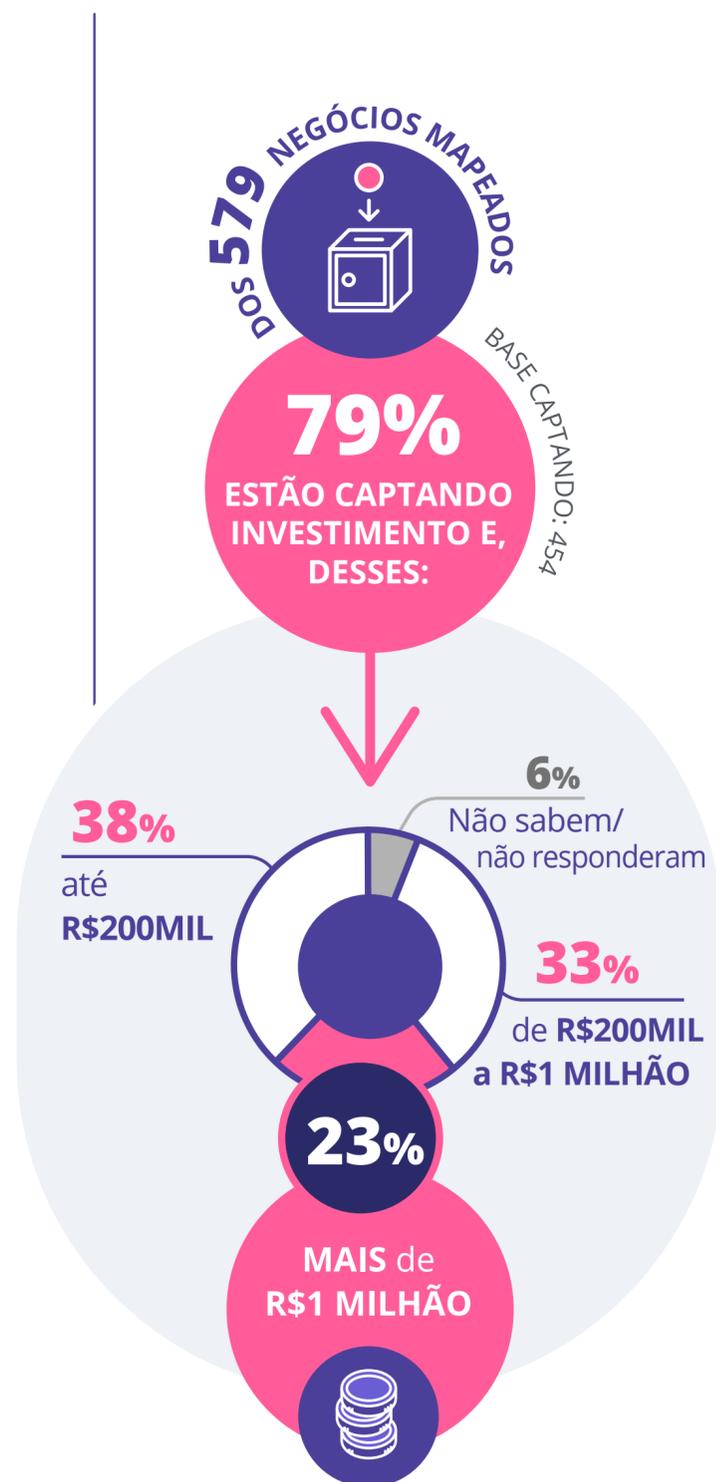
*Definição da principal área de impacto do negócio pela análise da pergunta aberta:
'Qual problema seu negócio resolve no mundo?'



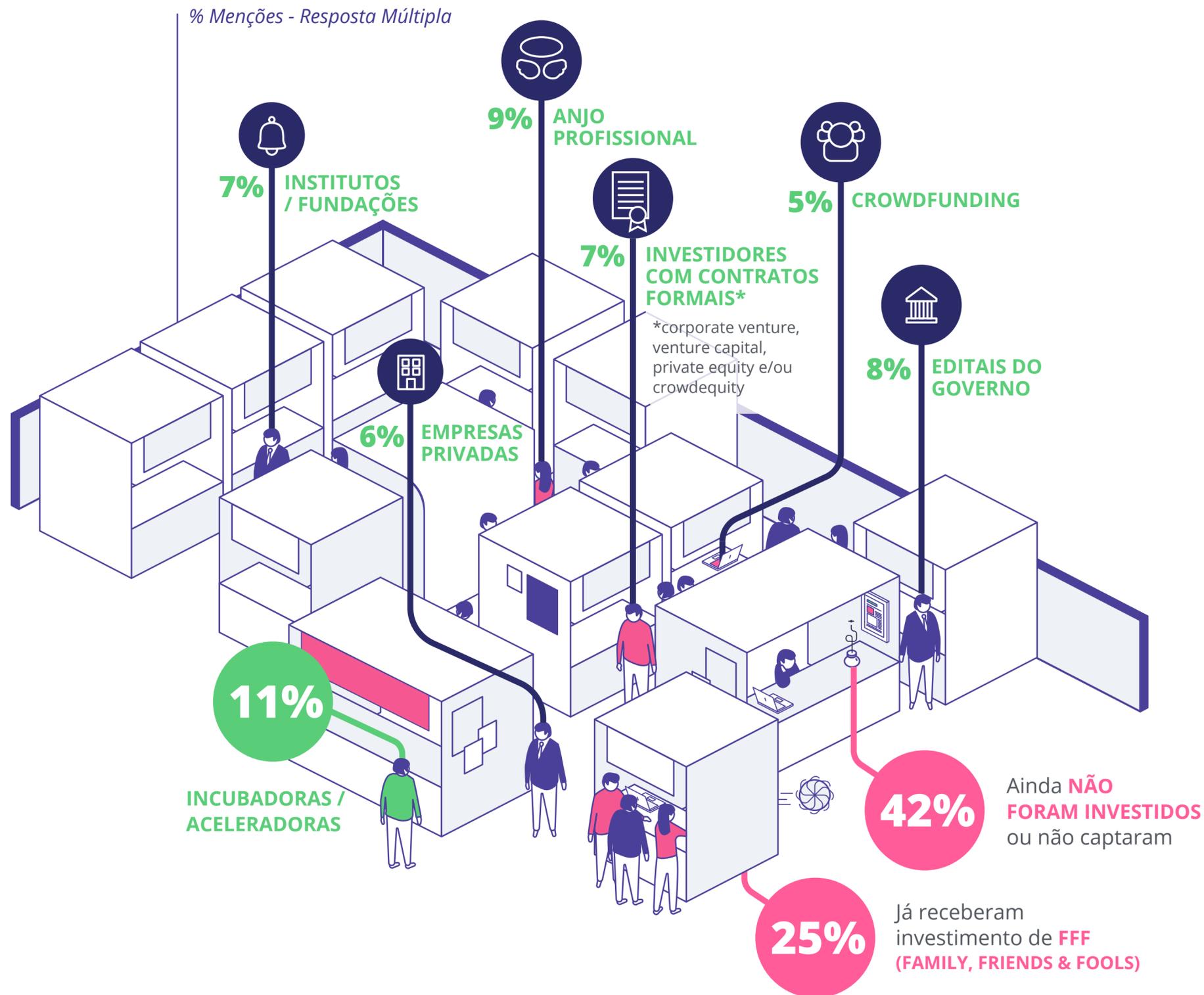
% Menções - Resposta Múltipla

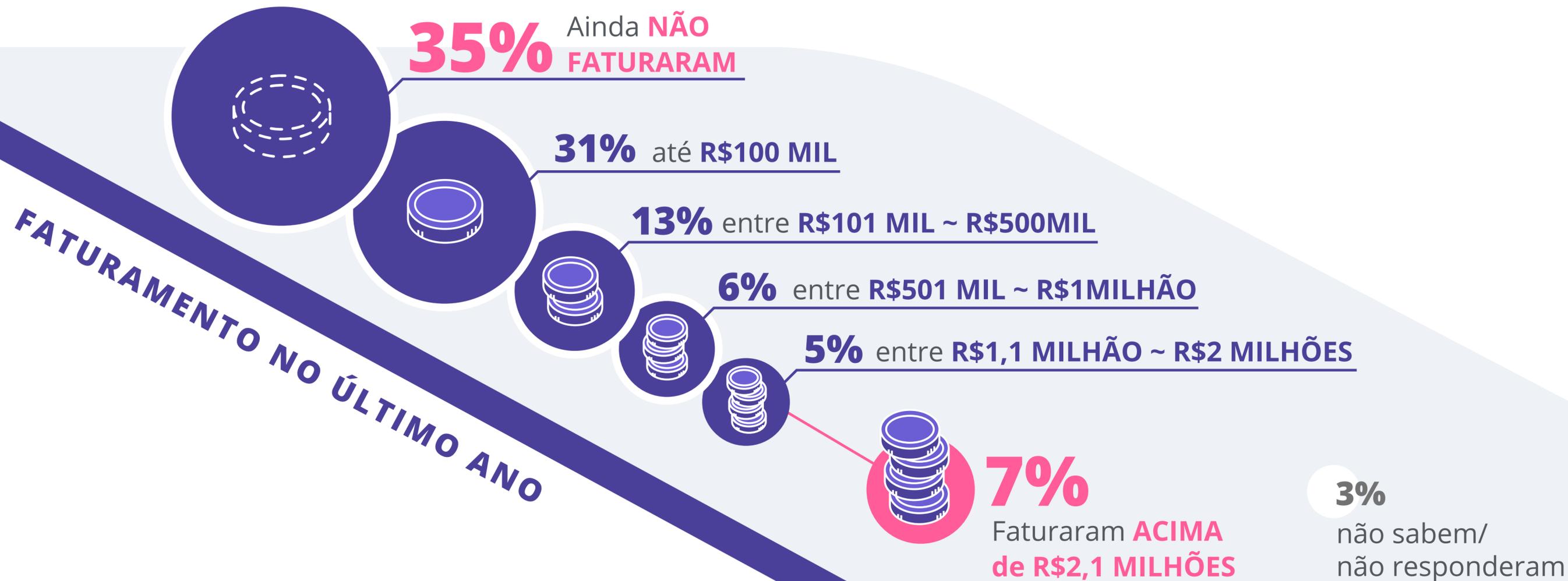


QUEM ESTÁ CAPTANDO



QUEM JÁ RECEBEU INVESTIMENTO





*Medição dos quatro critérios determinados pela Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil

PRINCÍPIO 1. COMPROMISSO COM A MISSÃO SOCIAL E AMBIENTAL



*Medição dos quatro critérios determinados pela Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil

PRINCÍPIO 2. COMPROMISSO COM O IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL MONITORADO



31%

Ainda não definiram indicadores de impacto para medição

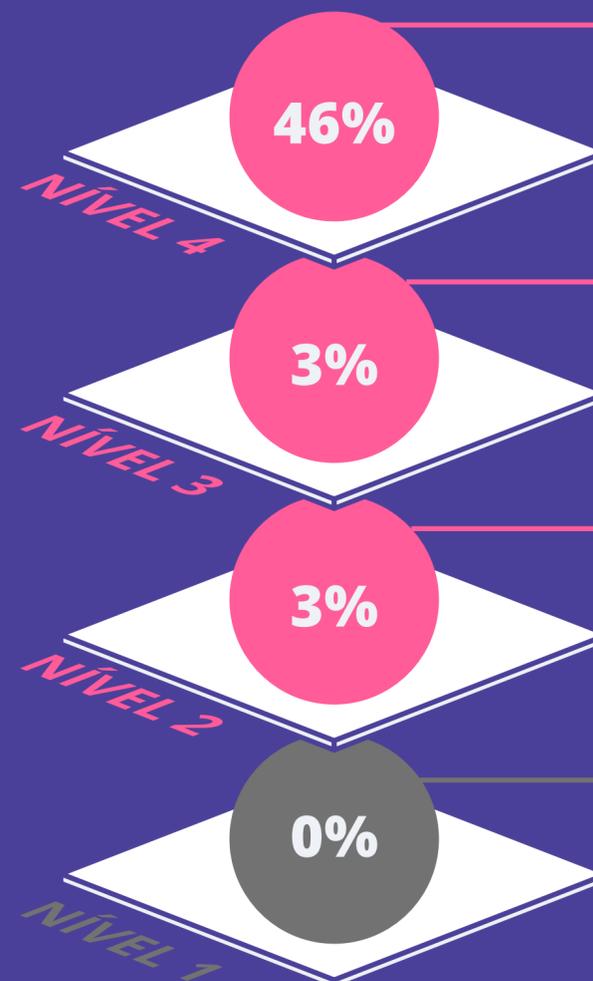
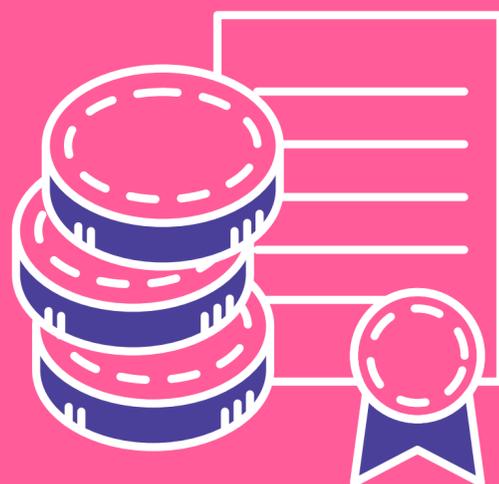
28%

NÃO ACHAM NECESSÁRIO medir ou acompanhar seu impacto



*Medição dos quatro critérios determinados pela Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil

PRINCÍPIO 3. COMPROMISSO COM A LÓGICA ECONÔMICA



**NÃO TÊM SUBSÍDIO/
CAPITAL FILANTRÓPICO**
como fonte de receita

Contam com subsídio/capital filantrópico para cobrir até 25% da sua despesa operacional

Contam com subsídio/capital filantrópico para cobrir entre 26% e 50% da sua despesa operacional

Conta com subsídio/capital filantrópico para cobrir entre 51% e 100% da sua despesa operacional*

48% O negócio ainda não gera receita

*Organizações com mais de 50% de dependência de filantropia foram excluídas da amostra analisada

*Medição dos quatro critérios determinados pela Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil

PRINCÍPIO 4. COMPROMISSO COM A GOVERNANÇA EFETIVA



73%



Nunca calcularam/ fizeram a análise do legado socioambiental deixado pelo negócio versus o valor econômico extraído

42%



Consultam a comunidade mas ela não participa da gestão do negócio

24%

O legado socioambiental deixado pelo negócio é SUPERIOR ao valor econômico extraído

2%

O legado socioambiental é IGUAL ao valor econômico extraído

1%

O legado socioambiental é INFERIOR ao valor econômico extraído

38%

Não consultam a comunidade

4%

A comunidade têm assentos em conselhos

4%

Pessoas da comunidade exercem liderança no negócio

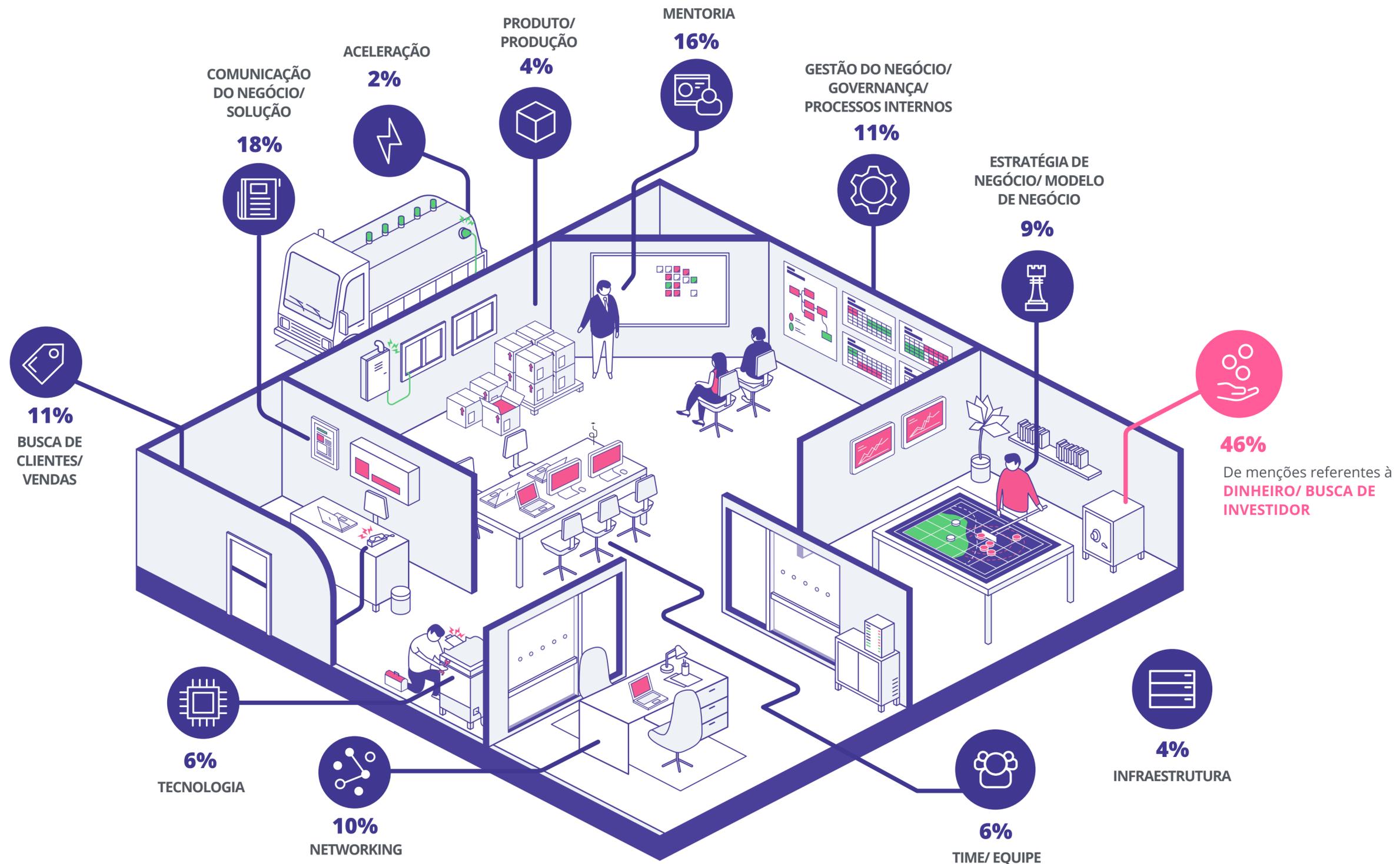
12%

Não sabem / não responderam

AJUDAS MAIS URGENTES

BASE GERAL: 579 NEGÓCIOS

% Menções - Resposta Múltipla



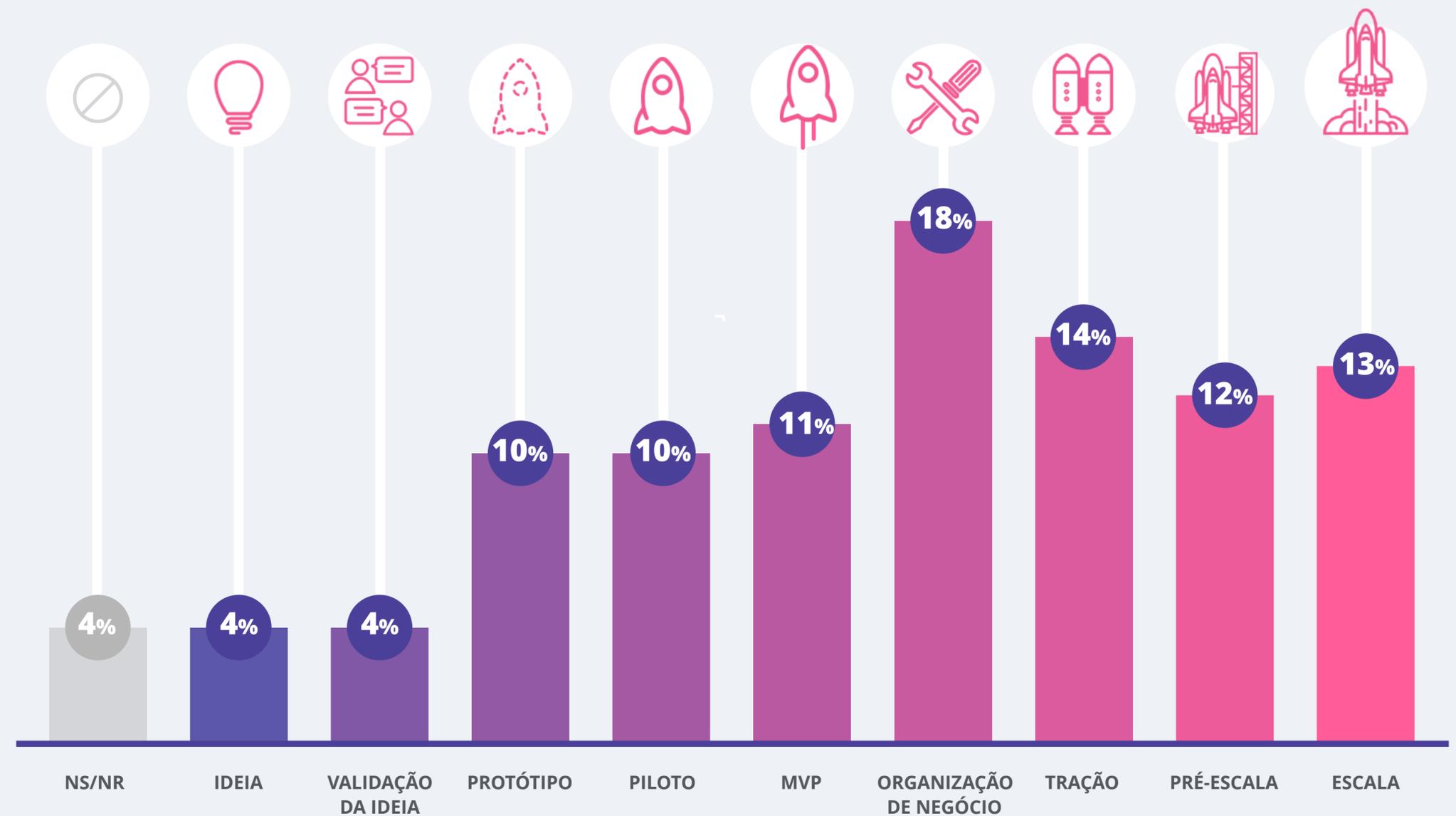


02.
**JORNADA
EMPREENDEDORA**

FASE DO NEGÓCIO:

Em que fase da jornada desafiadora seu negócio está?*

**Fase declarada pelo empreendedor*



A

**RECORTE DOS
RESULTADOS COM
BASE EM UMA LÓGICA
DE JORNADA IDEAL**

B

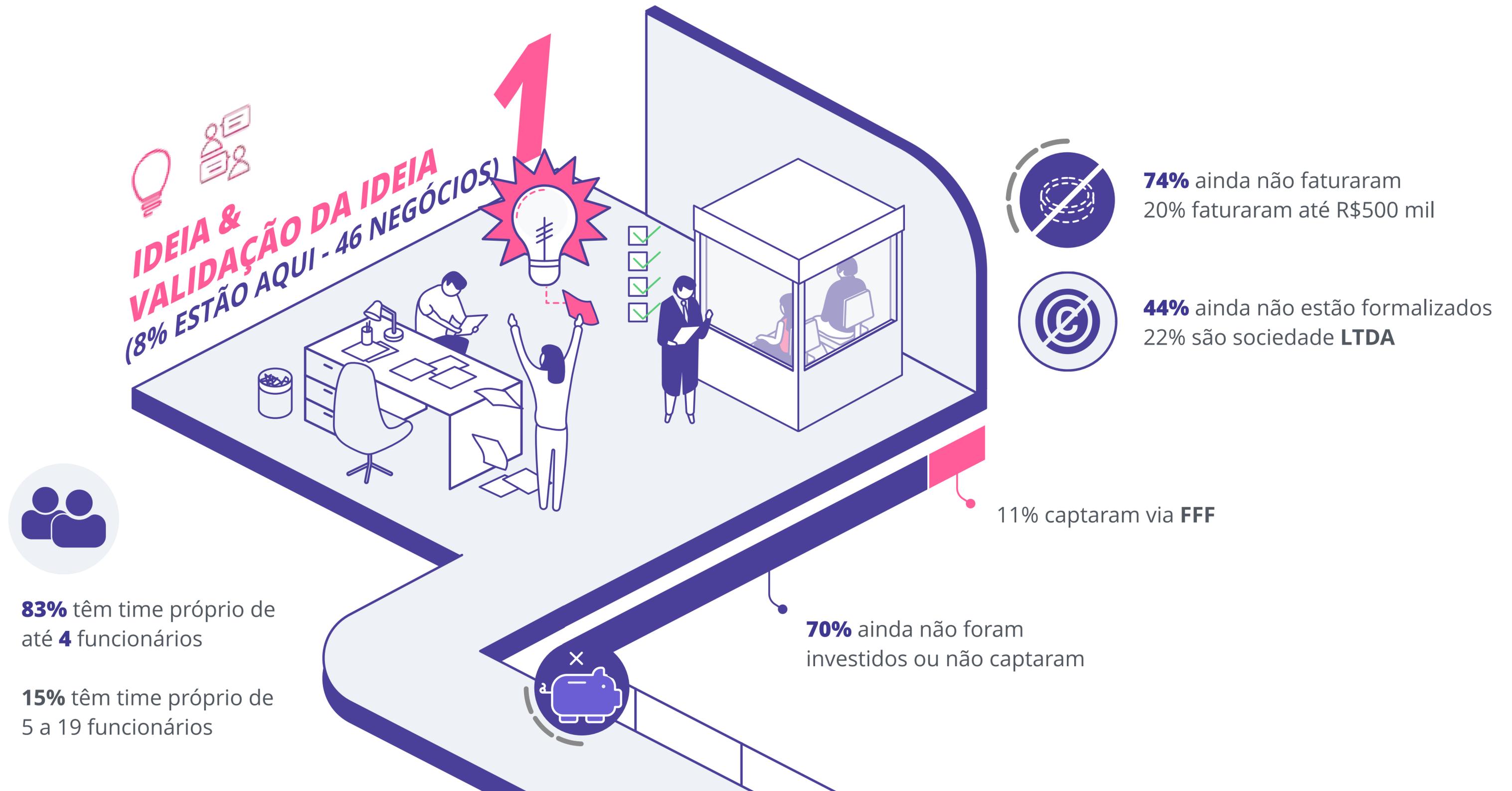
**CURIOSIDADES
NA LEITURA
COMPARATIVA DOS
RESULTADOS POR
FASE DO NEGÓCIO**

LEITURA PELA FASE DE JORNADA DO NEGÓCIO

BASE GERAL: 579 NEGÓCIOS

*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

** Faturamento no último ano

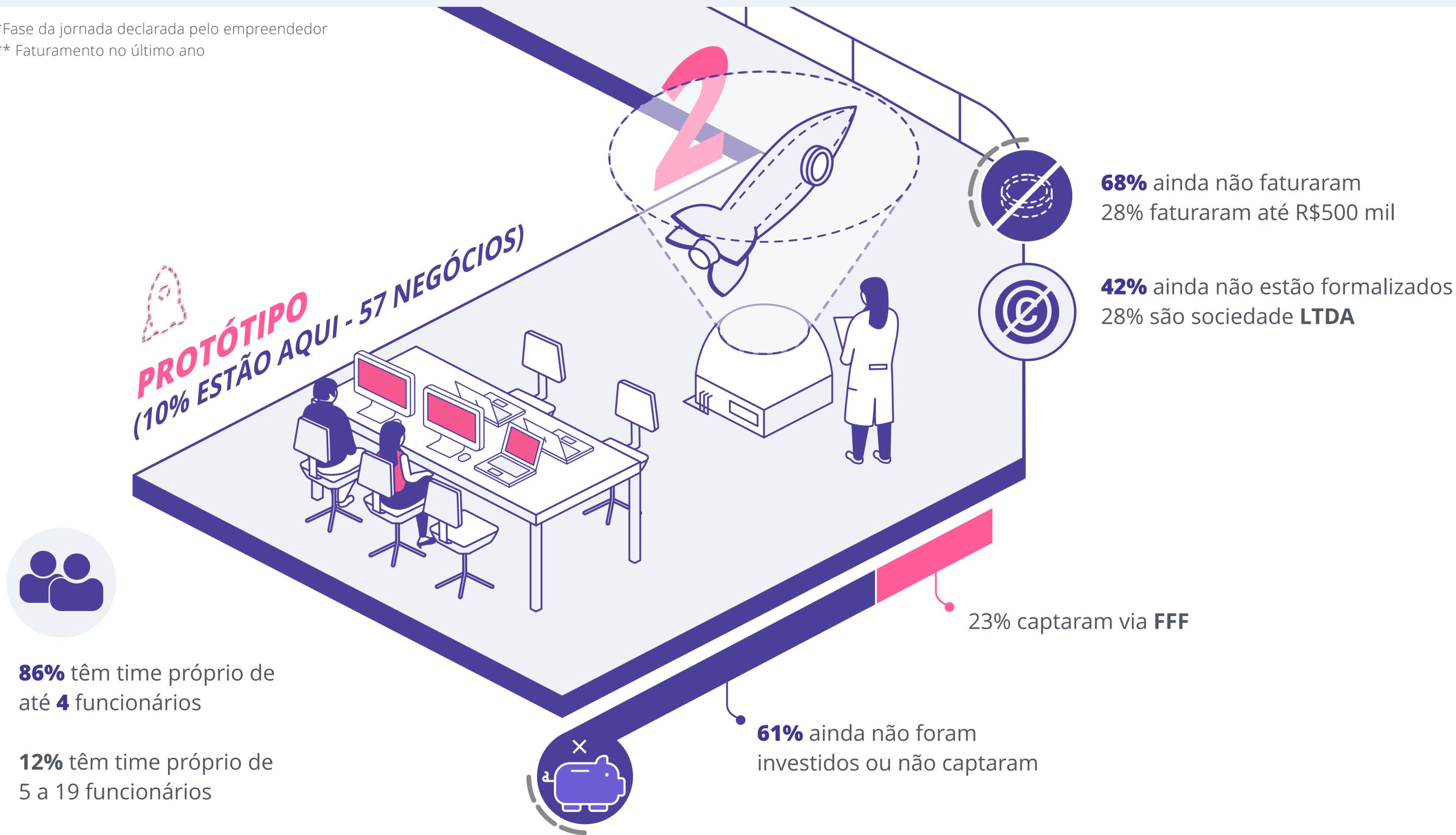


LEITURA PELA FASE DE JORNADA DO NEGÓCIO

BASE GERAL: 579 NEGÓCIOS

*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

** Faturamento no último ano

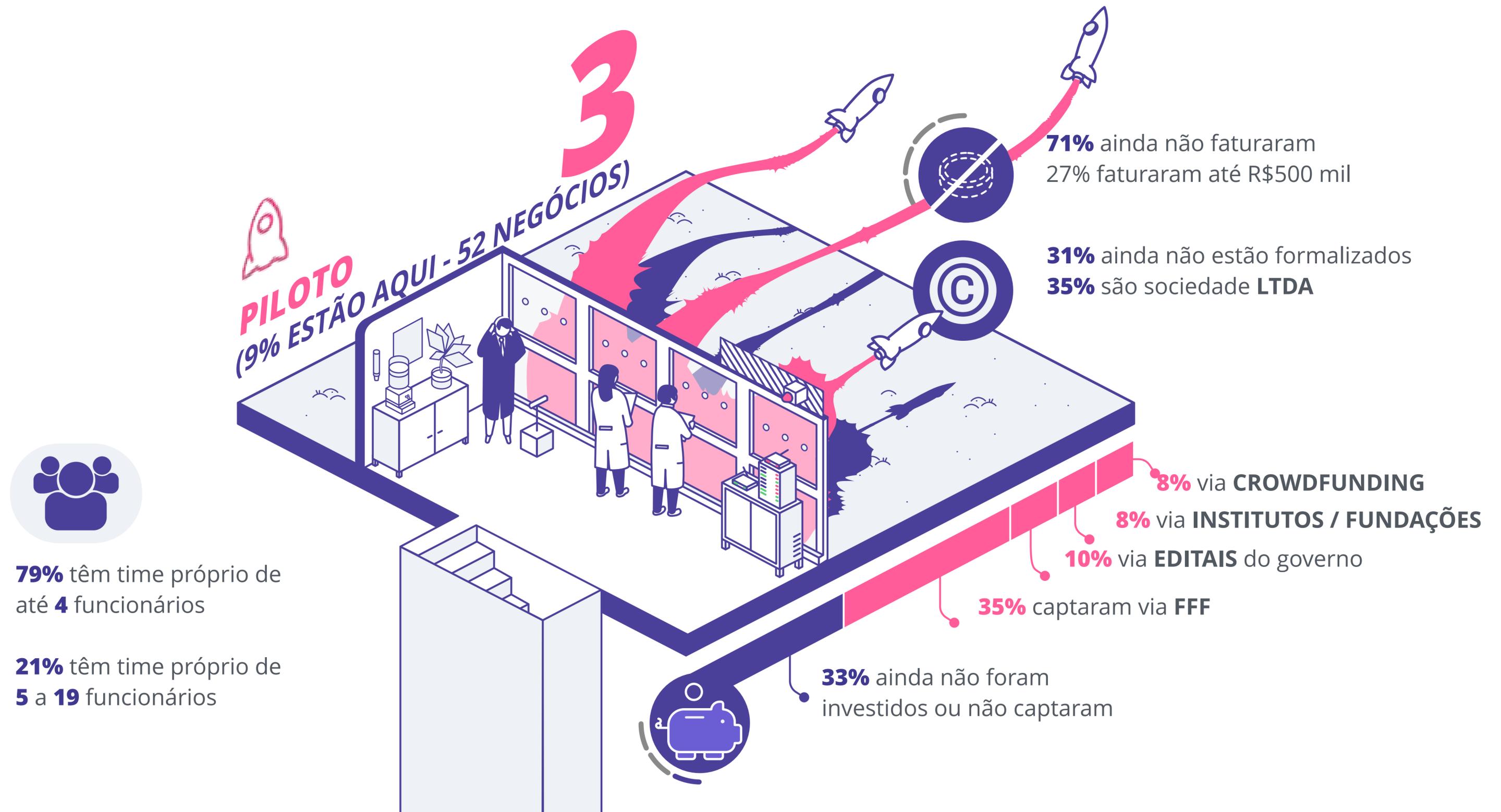


LEITURA PELA FASE DE JORNADA DO NEGÓCIO

BASE GERAL: 579 NEGÓCIOS

*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

** Faturamento no último ano

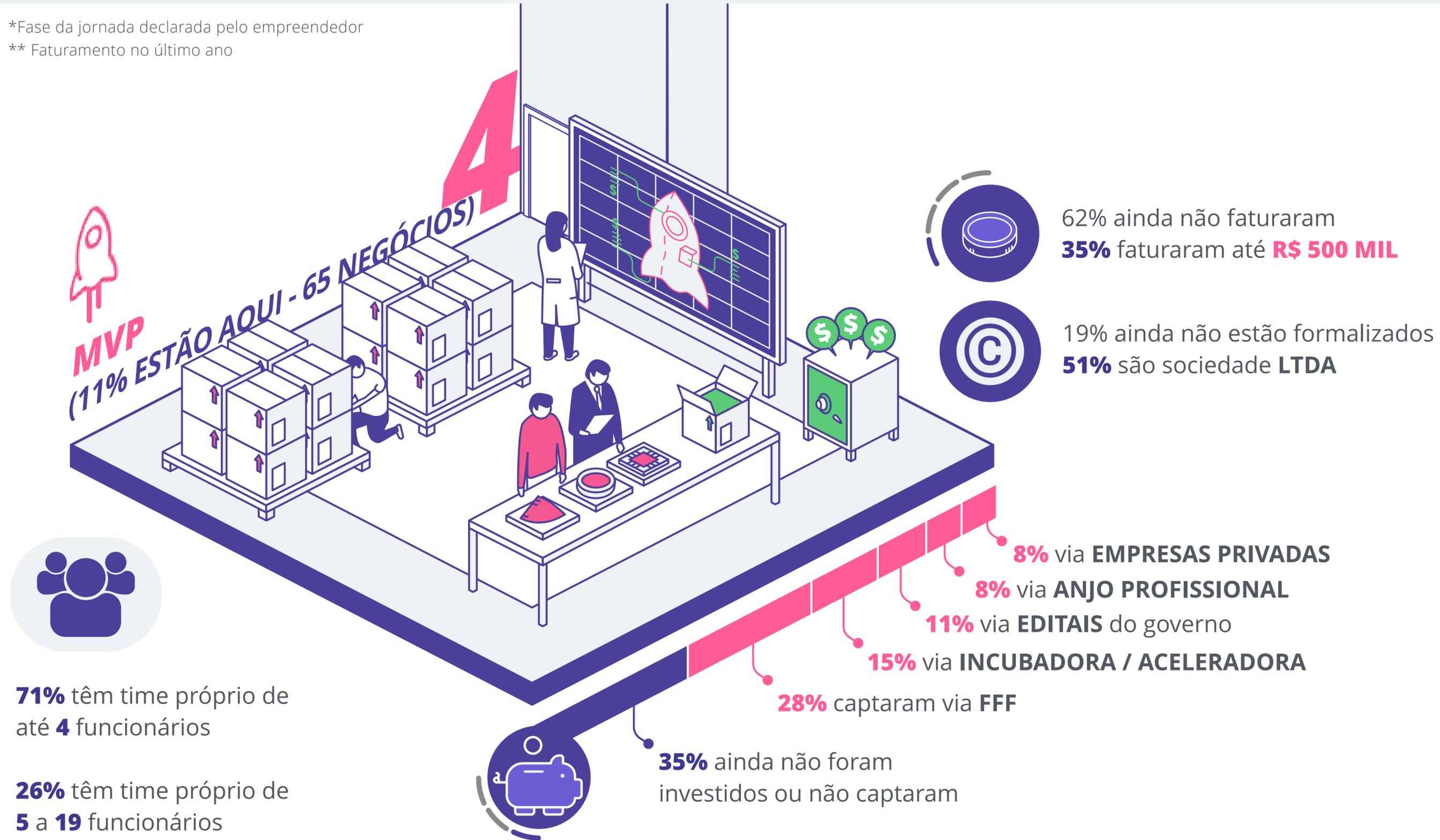


LEITURA PELA FASE DE JORNADA DO NEGÓCIO

BASE GERAL: 579 NEGÓCIOS

*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

** Faturamento no último ano

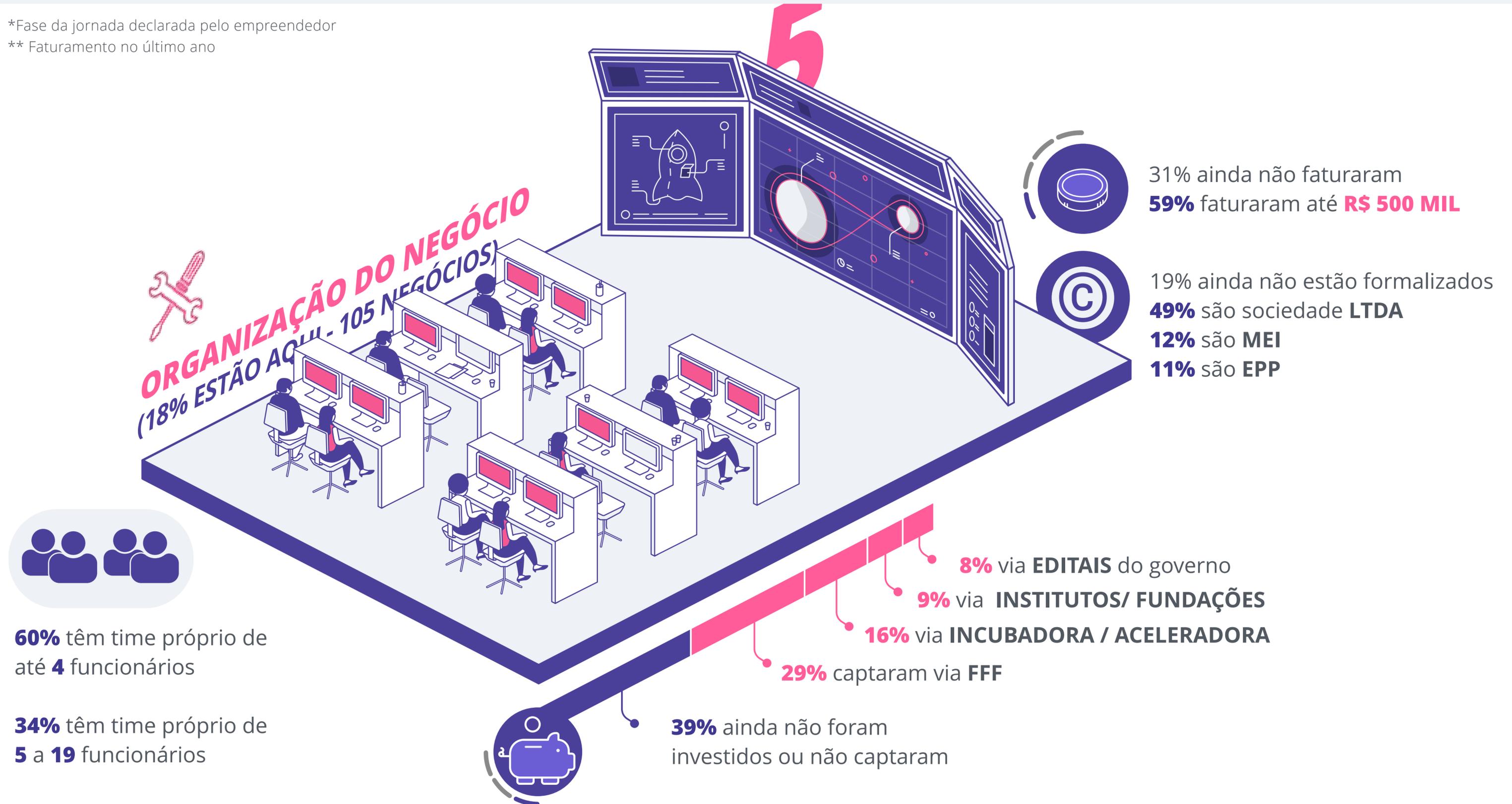


LEITURA PELA FASE DE JORNADA DO NEGÓCIO

BASE GERAL: 579 NEGÓCIOS

*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

** Faturamento no último ano

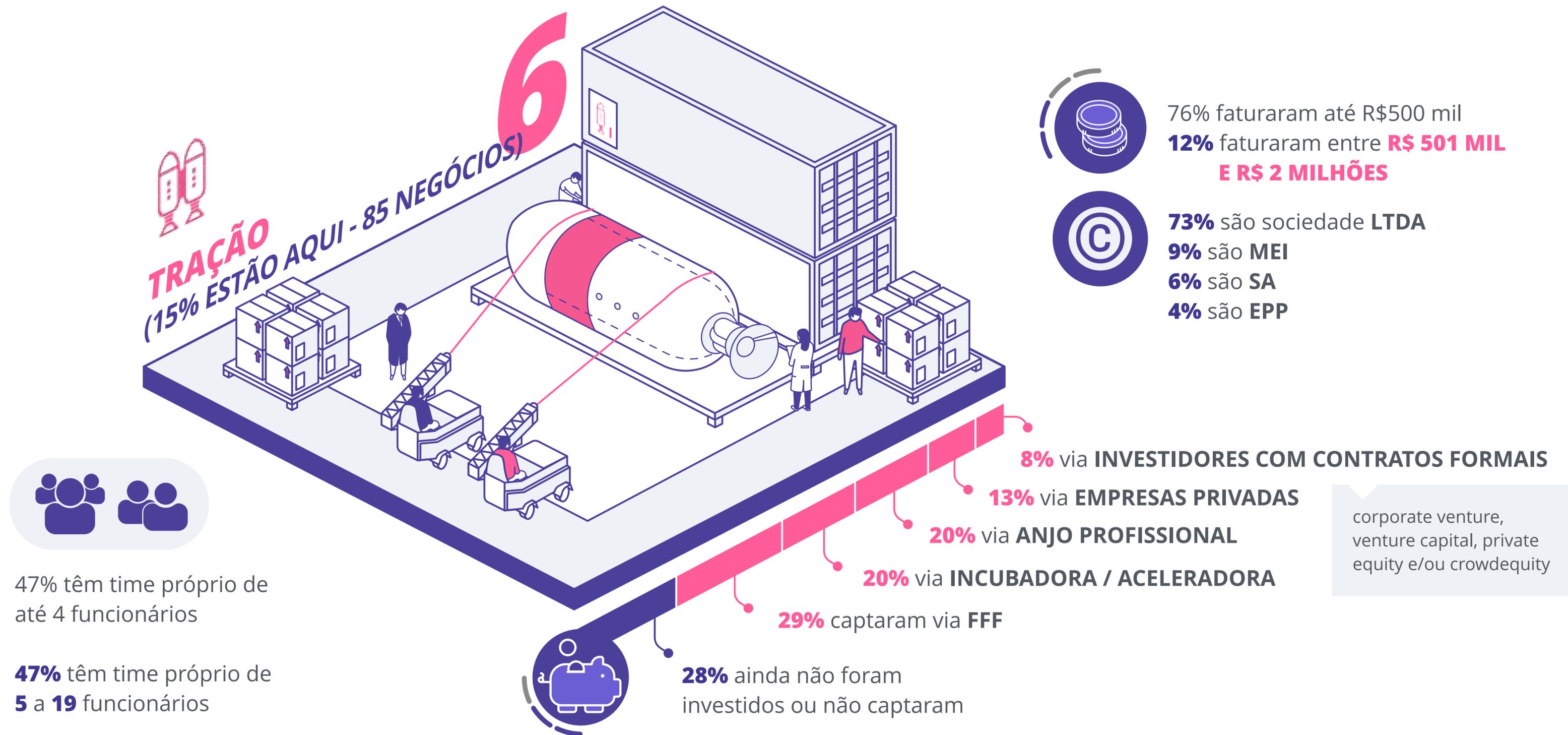


LEITURA PELA FASE DE JORNADA DO NEGÓCIO

BASE GERAL: 579 NEGÓCIOS

*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

** Faturamento no último ano

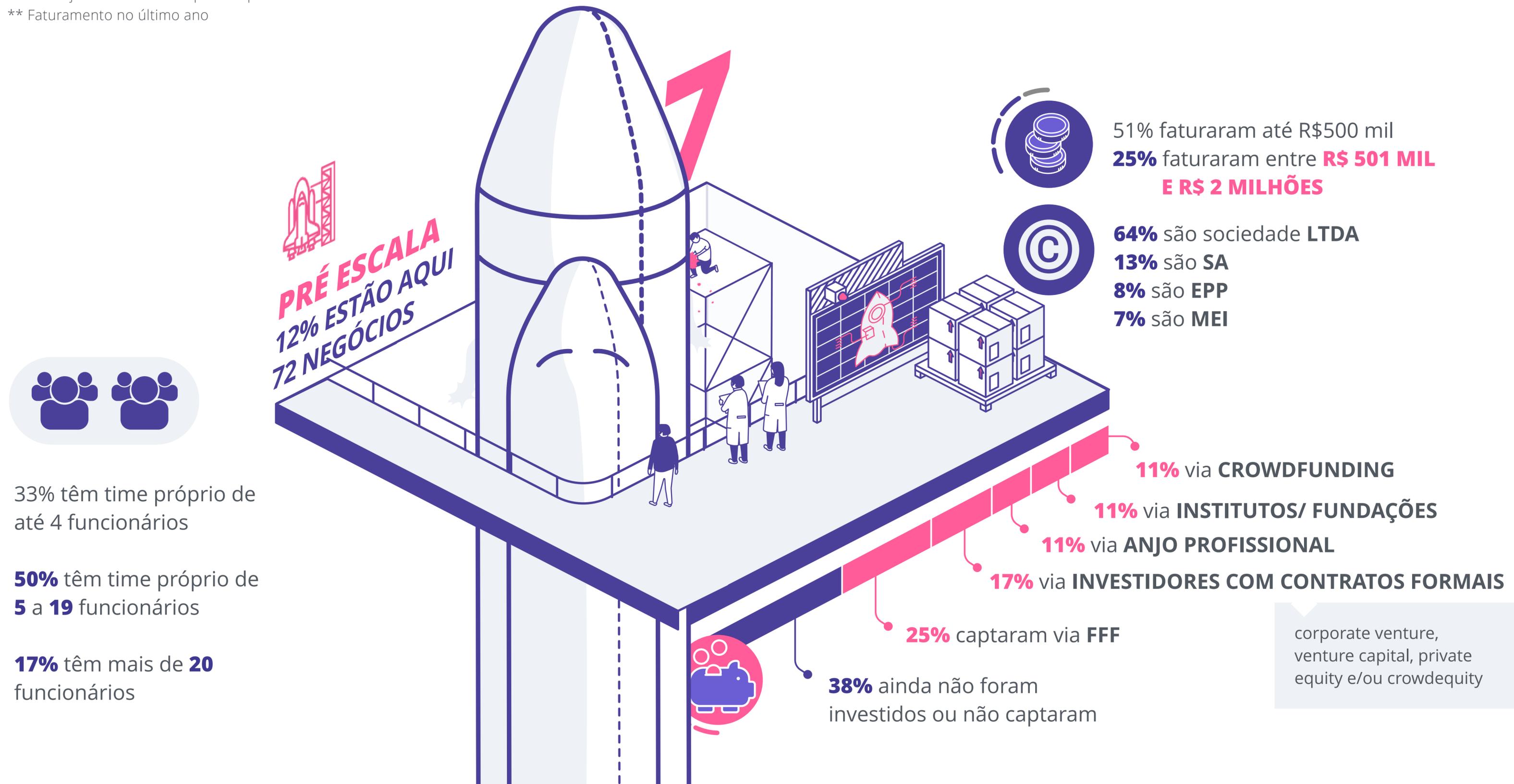


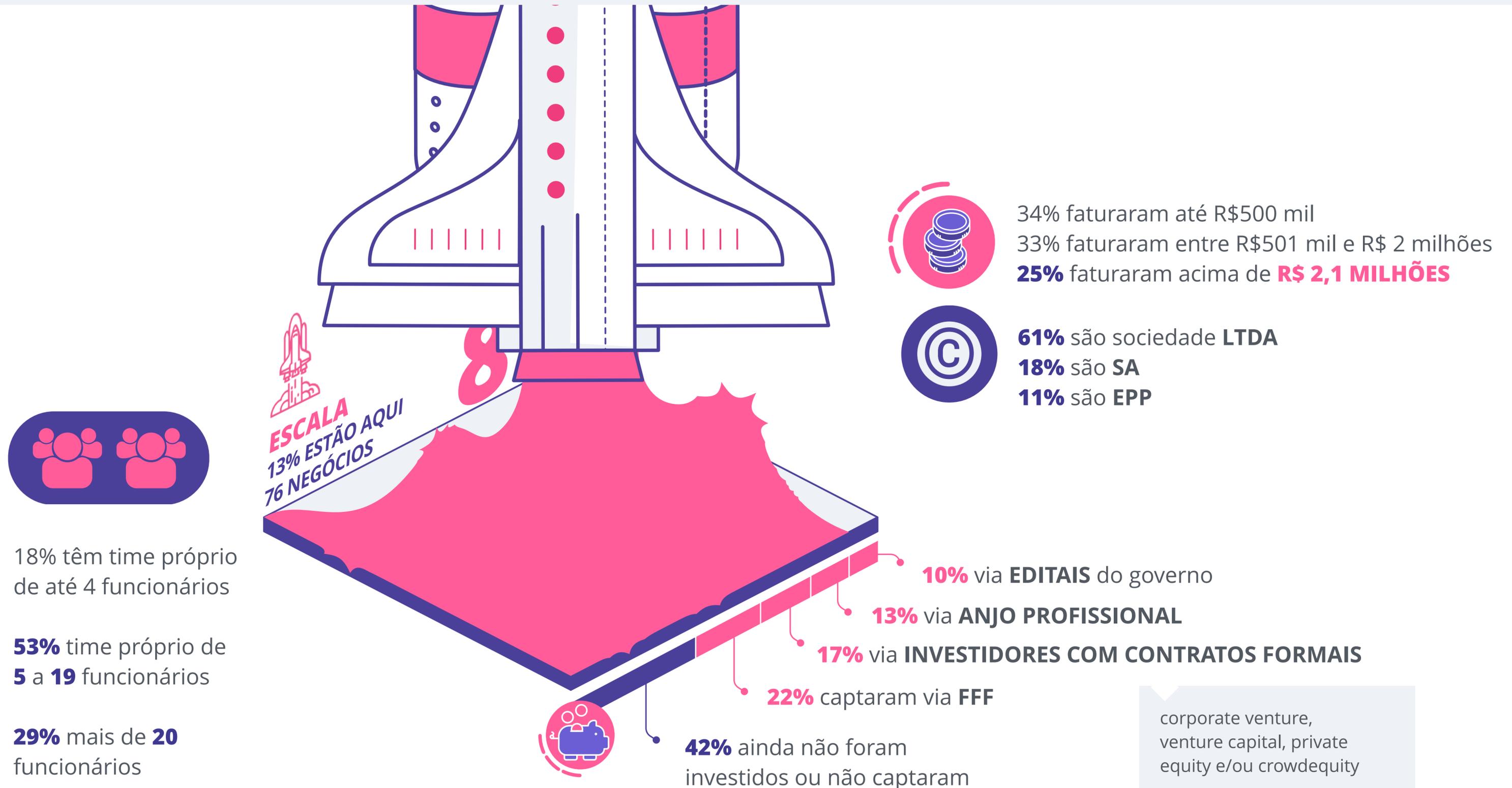
LEITURA PELA FASE DE JORNADA DO NEGÓCIO

BASE GERAL: 579 NEGÓCIOS

*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

** Faturamento no último ano





A

**RECORTE DOS
RESULTADOS COM
BASE EM UMA LÓGICA
DE JORNADA IDEAL**

B

**CURIOSIDADES
NA LEITURA
COMPARATIVA DOS
RESULTADOS POR
FASE DO NEGÓCIO**



IDEIA & VALIDAÇÃO DA IDEIA

(8% ESTÃO AQUI - 46 NEGÓCIOS)



MODELO DE MONETIZAÇÃO:

'**PUBLICIDADE**' é mais citada nessa fase, com **33%** de menções.



PRINCIPAL ÁREA DE IMPACTO:

Há mais negócios de **FINANÇAS SOCIAIS** nesta fase (**15%**) e em MVP (14%), se comparado com as demais etapas.



CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTO:

72% dos negócios já estão captando nesta fase. E, desses, metade pede até **R\$100MIL**



PROTÓTIPO

(10% ESTÃO AQUI - 57 NEGÓCIOS)



PRINCIPAL ÁREA DE IMPACTO:

Há mais negócios de **TECNOLOGIAS VERDES** nessa fase (**32%**) do que em qualquer outra.



CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTO:

77% dos negócios estão captando nesta fase. E, desses, 36% pedem entre **R\$101MIL A R\$500MIL**.



AJUDAS MAIS URGENTES:

Mentoria (**26%**) é a segunda ajuda mais pedida, depois de dinheiro (**53%**).



PILOTO

(9% ESTÃO AQUI - 52 NEGÓCIOS)



MODELO DE NEGÓCIO:

O modelo **C2C 'CONSUMER TO CONSUMER'** (*negociação direta entre os próprios consumidores*) é mais citado nessa fase (**19%**) e em Protótipo (14%), se comparado com as demais etapas.



GÊNERO DOS FUNDADORES:

25% dos negócios nesta fase **SÓ TÊM MULHERES** entre seus fundadores.



MVP

(11% ESTÃO AQUI - 65 NEGÓCIOS)



MODELO DE MONETIZAÇÃO:

'**ASSINATURA**' é mais citada nessa fase, com **52%** de menções.



CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTO:

85% dos negócios estão captando nesta fase. E, desses, 24% pedem entre **R\$501MIL A R\$1MILHÃO**.



ORGANIZAÇÃO DO NEGÓCIO

(18% ESTÃO AQUI - 105 NEGÓCIOS)



AJUDAS MAIS URGENTES:

A demanda por mentoria cai a partir dessa fase (de 25% em MVP para **16%** em organização negócio). E aumentam pedidos para ajudar a pensar a **ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO** (de 5% em MVP para **16%** em organização negócio).



ACOMPANHAMENTO DE IMPACTO:

40% dos negócios nesta fase já definiram indicadores de impacto, apesar de ainda não medi-los de maneira formal.



TRAÇÃO

(15% ESTÃO AQUI - 85 NEGÓCIOS)



CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTO:

85% dos negócios estão captando nesta fase. E, desses, 32% pedem entre **R\$ 1,1 A R\$ 5 MILHÕES**.



AJUDAS MAIS URGENTES:

Aumenta a demanda por **COMUNICAÇÃO** (de 17% em organização negócio para **24%** em tração) e também por **TIME** (de 5% em organização negócio para **11%** em tração).



PRÉ-ESCALA

(12% ESTÃO AQUI - 72 NEGÓCIOS)



MODELO DE NEGÓCIO:

B2G 'BUSINESS TO GOVERNMENT' (venda para organismos públicos, licitações e pregões eletrônicos etc.) é opção para **35%** dos negócios nessa fase.



PRINCIPAL ÁREA DE IMPACTO:

Há mais negócios de cidadania nessa fase (**21%**) do que em qualquer outra.



REGIÃO:

81% dos negócios nesta fase estão no Sudeste.



ESCALA

(13% ESTÃO AQUI - 76 NEGÓCIOS)



GÊNERO DOS FUNDADORES:

67% dos negócios nesta fase só têm homens entre seus fundadores.



MODELO DE MONETIZAÇÃO:

'Venda direta recorrente' é mais citada nessa fase, com **61%** de menções.



CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTO:

Dos **78%** dos negócios que estão captando nesta fase, 16% pedem mais de **R\$ 5 MILHÕES**.



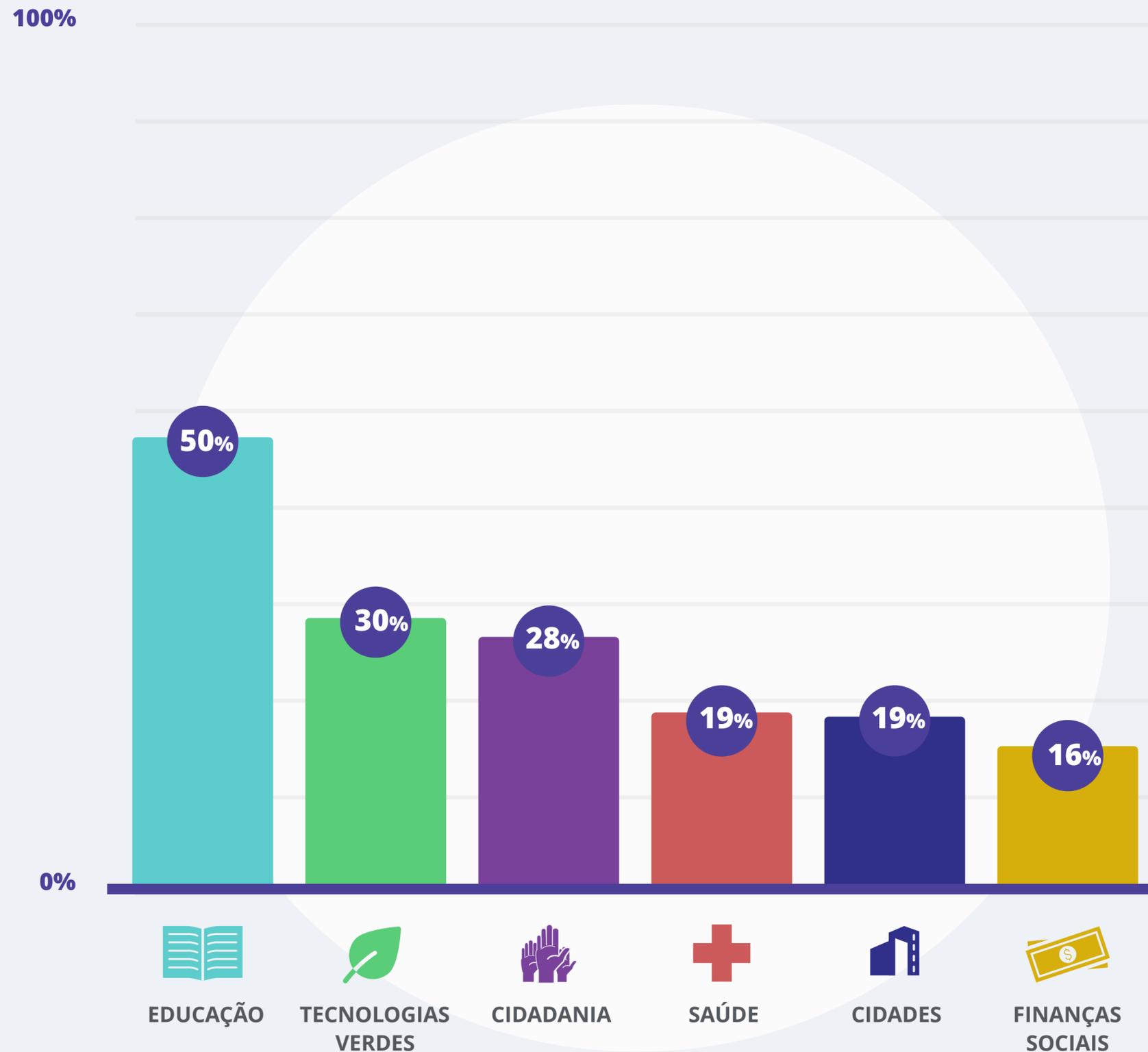
03.

OVERVIEW POR ÁREA DE IMPACTO

ÁREA DE IMPACTO

Qual é a área que o seu negócio pode revolucionar?

(% menções - resposta múltipla)

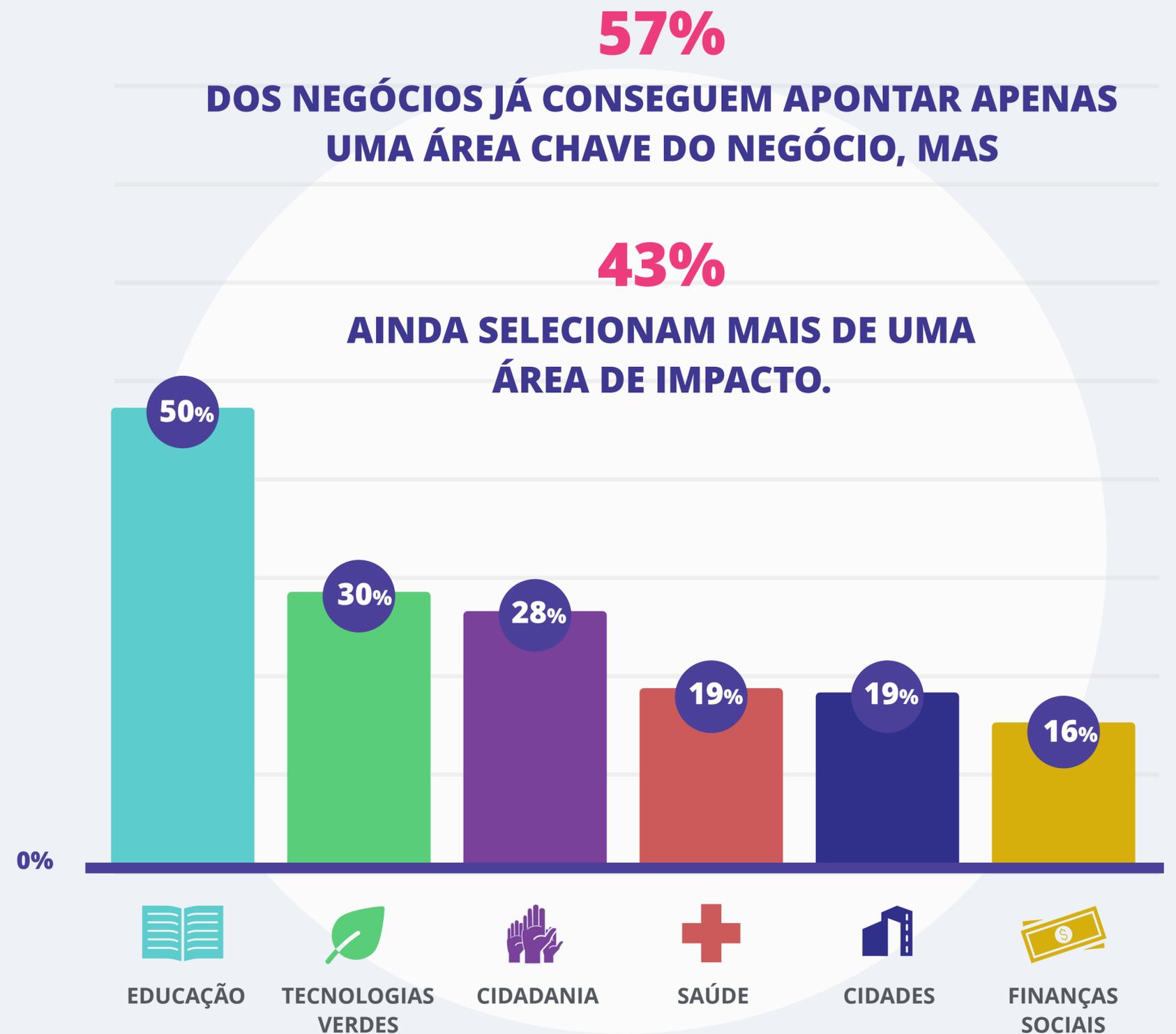


ÁREA DE IMPACTO

Qual é a área que o seu negócio pode revolucionar?

(% menções - resposta múltipla)

100%



Dos negócios que selecionam **'CIDADANIA'** **53%** também selecionam **'EDUCAÇÃO'**.
E, dos negócios da vertical de **EDUCAÇÃO**, **29%** também selecionam **'CIDADANIA'**.



Dos negócios que selecionam **'CIDADES'** **44%** também selecionam **'TECNOLOGIAS VERDES'**. E, dos negócios da vertical de **TECNOLOGIAS VERDES**, **27%** também selecionam **'CIDADES'**.



FINANÇAS SOCIAIS: negócios se associam mais com **CIDADANIA (32%)** e **EDUCAÇÃO (27%)**.

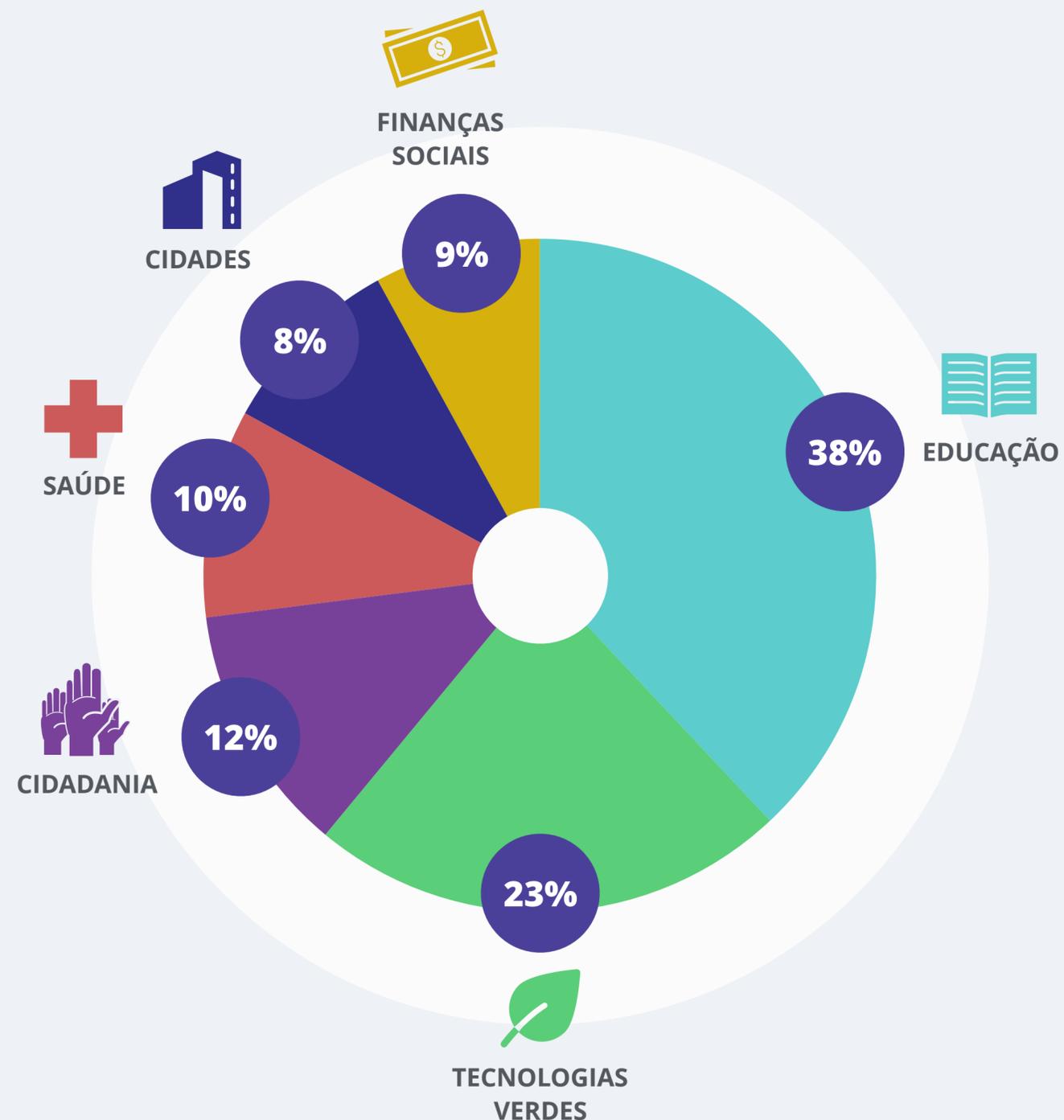


SAÚDE: negócios se associam mais com **EDUCAÇÃO (38%)**.

ÁREA DE IMPACTO

Qual problema seu negócio resolve no mundo?

(Resposta aberta)



OUTRA MANEIRA DE SE ANALISAR A ÁREA DE IMPACTO DO NEGÓCIO

Analizamos de forma criteriosa a resposta aberta dada ao problema que cada negócio se propõe a solucionar e determinamos uma **ÁREA DE IMPACTO FOCO** para cada negócio.

Comparando esses resultados com a seleção espontânea da área de impacto feita pelo empreendedor, a proporção das verticais na base desse mapeamento se mantêm.

PORTANTO, PODE-SE DIZER QUE O EMPREENDEDOR TEM BASTANTE ALINHADO O PROBLEMA QUE O NEGÓCIO PRETENDE RESOLVER E A ÁREA DE IMPACTO FOCO.



EDUCAÇÃO
(50% DE MENÇÃO)
BASE: 291

66% formalizados

FUNDADORES:
52% só homens
26% misto
22% só mulheres

65% no Sudeste
17% no Sul
9% no Nordeste

57% **B2B**
56% **B2C**
43% **B2B2C**
35% **B2G**
8% **C2C**
6% *Não sabem*



TECNOLOGIAS VERDES
(30% DE MENÇÃO)
BASE: 176

77% formalizados

FUNDADORES:
62% só homens
21% misto
17% só mulheres

63% no Sudeste
22% no Sul
7% no Nordeste

59% **B2B**
50% **B2C**
43% **B2B2C**
26% **B2G**
9% **C2C**
6% *Não sabem*



CIDADANIA
(28% DE MENÇÃO)
BASE: 161

64% formalizados

FUNDADORES:
50% só homens
25% misto
25% só mulheres

69% no Sudeste
15% no Sul
8% no Nordeste

51% **B2C**
46% **B2B**
42% **B2B2C**
30% **B2G**
9% **C2C**
9% *Não sabem*



SAÚDE
(19% DE MENÇÃO)
BASE: 111

73% formalizados

FUNDADORES:
55% só homens
24% só mulheres
21% misto

60% no Sudeste
27% no Sul
5% no Nordeste

58% **B2C**
48% **B2B2C**
47% **B2B**
29% **B2G**
11% **C2C**
7% *Não sabem*



CIDADES
(19% DE MENÇÃO)
BASE: 108

71% formalizados

FUNDADORES:
64% só homens
19% misto
17% só mulheres

61% no Sudeste
25% no Sul
7% no Nordeste

57% **B2C**
46% **B2B**
36% **B2B2C**
32% **B2G**
16% **C2C**
7% *Não sabem*



FINANÇAS SOCIAIS
(16% DE MENÇÃO)
BASE: 90

61% formalizados

FUNDADORES:
54% só homens
29% só mulheres
17% misto

70% no Sudeste
18% no Sul
6% no Nordeste

50% **B2B2C**
49% **B2C**
40% **B2B**
14% **C2C**
13% **B2G**
0% **Não sabem**

*Área(s) de impacto declaradas pelo empreendedor na pergunta de resposta múltipla: 'Qual é a área que o seu negócio pode revolucionar?'



EDUCAÇÃO (50% DE MENÇÃO)

BASE: 291

FATURAMENTO

- 33% não faturam
- 30% até 100mil*
- 16% **entre 101 e 500mil***
- 7% entre 501 e 1mi*
- 7% entre 1,1 e 2mi*
- 4% acima de 2,1mi*
- 3% não informado

INVESTIMENTO/CAPTAÇÃO:

% Menções - Resposta Múltipla

- 40% não investido/captou
- 24% FFF
- 11% incubadora/aceleradora
- 9% anjo profissional
- 9% editais do governo
- 9% investidores formais**
- 8% institutos e fundações
- 6% empresas privadas
- 5% crowdfunding

Dos **80%** captando:

- 36% captando até 200mil
- 36% **de 200mil a 1milhão**
- 23% mais de 1milhão
- 5% não informado



TECNOLOGIAS VERDES (30% DE MENÇÃO)

BASE: 176

FATURAMENTO

- 32% não faturam
- 36% até 100mil*
- 11% entre 101 e 500mil*
- 6% entre 501 e 1mi*
- 3% entre 1,1 e 2mi*
- 10% acima de 2,1mi*
- 2% não informado

INVESTIMENTO/CAPTAÇÃO:

% Menções - Resposta Múltipla

- 40% não investido/captou
- 31% FFF
- 12% incubadora/aceleradora
- 8% anjo profissional
- 8% investidores formais**
- 5% institutos e fundações
- 5% editais do governo
- 4% empresas privadas
- 3% crowdfunding

Dos **77%** captando:

- 37% captando até 200mil
- 31% de 200mil a 1milhão
- 25% mais de 1milhão
- 7% não informado



CIDADANIA (28% DE MENÇÃO)

BASE: 161

FATURAMENTO

- 38% não faturam
- 27% até 100mil*
- 14% entre 101 e 500mil*
- 5% entre 501 e 1mi*
- 8% entre 1,1 e 2mi*
- 6% acima de 2,1mi*
- 2% não informado

INVESTIMENTO/CAPTAÇÃO:

% Menções - Resposta Múltipla

- 48% **não investido/captou**
- 26% FFF
- 8% editais do governo
- 7% incubadora/aceleradora
- 7% empresas privadas
- 6% Investidores formais**
- 6% crowdfunding
- 3% anjo profissional
- 3% institutos e fundações

Dos **76%** captando:

- 48% captando até 200mil
- 31% de 200mil a 1milhão
- 15% mais de 1milhão
- 6% não informado



SAÚDE (19% DE MENÇÃO)

BASE: 111

FATURAMENTO

- 38% não faturam
- 33% até 100mil*
- 12% entre 101 e 500mil*
- 4% entre 501 e 1mi*
- 4% entre 1,1 e 2mi*
- 7% acima de 2,1mi*
- 2% não informado

INVESTIMENTO/CAPTAÇÃO:

% Menções - Resposta Múltipla

- 41% não investido/captou
- 25% FFF
- 12% incubadora/aceleradora
- 11% **anjo profissional**
- 10% **editais do governo**
- 8% institutos e fundações
- 6% crowdfunding
- 5% empresas privadas
- 5% Investidores formais**

Dos **81%** captando:

- 44% captando até 200mil
- 30% de 200mil a 1milhão
- 22% mais de 1milhão
- 4% não informado



CIDADES (19% DE MENÇÃO)

BASE: 108

FATURAMENTO

- 41% não faturam
- 26% até 100mil*
- 10% entre 101 e 500mil*
- 9% entre 501 e 1mi*
- 7% entre 1,1 e 2mi*
- 6% acima de 2,1mi*
- 1% não informado

INVESTIMENTO/CAPTAÇÃO:

% Menções - Resposta Múltipla

- 36% não investido/captou
- 29% FFF
- 14% **incubadora/aceleradora**
- 10% **crowdfunding**
- 8% anjo profissional
- 8% empresas privadas
- 7% institutos e fundações
- 7% investidores formais**
- 6% editais do governo

Dos **81%** captando:

- 37% captando até 200mil
- 37% de 200mil a 1milhão
- 20% mais de 1milhão
- 6% não informado



FINANÇAS SOCIAIS (16% DE MENÇÃO)

BASE: 90

FATURAMENTO

- 42% não faturam
- 29% até 100mil*
- 17% **entre 101 e 500mil***
- 2% entre 501 e 1mi*
- 4% entre 1,1 e 2mi*
- 6% acima de 2,1mi*
- 0% não informado

INVESTIMENTO/CAPTAÇÃO:

% Menções - Resposta Múltipla

- 44% não investido/captou
- 28% FFF
- 11% incubadora/aceleradora
- 11% **empresas privadas**
- 7% editais do governo
- 6% anjo profissional
- 4% crowdfunding
- 4% investidores formais**
- 3% institutos e fundações

Dos **83%** captando:

- 55% captando até 200mil
- 23% de 200mil a 1milhão
- 15% mais de 1milhão
- 7% não informado

*Área(s) de impacto declaradas pelo empreendedor na pergunta de resposta múltipla: 'Qual é a área que o seu negócio pode revolucionar?'

**Investidores com contratos formais: corporate venture, venture capital, private equity e/ou crowdequity



EDUCAÇÃO (50% DE MENÇÃO)



34% sinalizam o propósito de impacto em toda comunicação externa

40% não acham necessário medir seu impacto

24% definiram indicadores, mas ainda não medem
23% ainda não definiram indicadores de impacto



TECNOLOGIAS VERDES (30% DE MENÇÃO)



61% sinalizam o propósito de impacto em toda comunicação externa

36% ainda não definiram indicadores de impacto
28% definiram indicadores, mas ainda não medem
15% não acham necessário medir seu impacto



CIDADANIA (28% DE MENÇÃO)



49% sinalizam o propósito de impacto em toda comunicação externa

32% definiram indicadores, mas ainda não medem
30% ainda não definiram indicadores de impacto
22% não acham necessário medir seu impacto



SAÚDE (19% DE MENÇÃO)



51% sinalizam o propósito de impacto em toda comunicação externa

41% ainda não definiram indicadores de impacto
28% definiram indicadores, mas ainda não medem
21% não acham necessário medir seu impacto



CIDADES (19% DE MENÇÃO)



56% sinalizam o propósito de impacto em toda comunicação externa

36% ainda não definiram indicadores de impacto
30% definiram indicadores, mas ainda não medem
22% não acham necessário medir seu impacto



FINANÇAS SOCIAIS (16% DE MENÇÃO)



57% sinalizam o propósito de impacto em toda comunicação externa

38% definiram indicadores, mas ainda não medem
36% ainda não definiram indicadores de impacto
9% não acham necessário medir seu impacto

- 46% dinheiro/investidor
- 20% mentoria
- 18% comunicação
- 11% networking
- 11% estratégia do negócio
- 10% clientes/ vendas

- 49% dinheiro/investidor
- 17% comunicação
- 12% gestão do negócio
- 11% mentoria
- 8% clientes/ vendas
- 6% networking

- 44% dinheiro/ investidor
- 17% comunicação
- 16% mentoria
- 14% gestão do negócio
- 12% clientes/ vendas
- 11% networking

- 56% dinheiro/ investidor
- 17% comunicação
- 16% clientes/ vendas
- 11% mentoria
- 10% gestão do negócio
- 8% networking

- 50% dinheiro/ investidor
- 15% mentoria
- 15% gestão do negócio
- 14% comunicação
- 11% clientes/ vendas
- 7% networking

- 43% dinheiro/ investidor
- 20% mentoria
- 18% comunicação
- 14% gestão do negócio
- 9% clientes/ vendas
- 7% networking

*Área(s) de impacto declaradas pelo empreendedor na pergunta de resposta múltipla: 'Qual é a área que o seu negócio pode revolucionar?'



UM OLHAR ANALÍTICO DOS DADOS

Mapa de Impacto
02 | Reflexões

Os negócios de impacto socioambiental são o mercado do **FUTURO**.

Pesquisas e especialistas em futuro dos negócios, futuro do trabalho e inovação já apontam o empreendedorismo social, empresas com propósito e negócios de impacto como

TENDÊNCIA DO MERCADO MUNDIAL.

novas **OPORTUNIDADES** de negócio



“Os maiores problemas do mundo são as maiores oportunidades de negócio do mundo. **”**

Peter Diamandis

Fundador da X Prize Foudation e Cofundador da Singularity University

“Uma vez que a natureza do trabalho está se transformando, a expectativa é ver um aumento do empreendedorismo social. **”**

Fonte: Relatório Futuro do Trabalho, 'Fast Forward 2030', CBRE
<http://www.cbre.com/Research-Reports/Future-of-Work>

“O futuro pertence aos empreendedores sociais.**”**



“Um novo personagem emergente no cenário mundial é o empreendedor de negócios de impacto. **”**

Fonte: Thomas L. Friedman, The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century

novas **LÓGICAS** de investimento

Uma pesquisa da Global Impact Investing Network de 2016, com investidores em todo o globo, registrou mais de US\$77 bilhões em ativos de investimento de impacto sob gestão, com a intenção de aumento do capital em 16% no ano de 2017.

Fonte: <https://thegiin.org/knowledge/publication/annualsurvey2016>

A última pesquisa do U.S. Trust, realizada com uma base de 684 investidores, revelou que mais de 85% dos millennials entrevistados estavam interessados ou detinham investimentos de impacto social.

Fonte: U.S. Trust Insights on Wealth and Worth Survey <http://www.ustrust.com/ust/pages/insights-on-wealth-and-worth-2016.aspx>.

Relatório do Morgan Stanley de 2015 indicou que os fundos de investimento de impacto cumpriram ou excederam o retorno médio de fundos tradicionais.

Fonte: <http://www.morganstanley.com/sustainableinvesting/pdf/sustainable-reality.pdf>

A boa notícia é que o Brasil
já acompanha essa tendência.

“ O mundo está caminhando para ressignificar a forma de fazer negócios. Além de práticas inclusivas e sustentáveis, muitos empreendedores já posicionam os seus modelos de negócios como soluções para problemas sociais e ambientais. Precisamos dar visibilidade para essas soluções, entender como apoiá-las e, principalmente, conectá-las à cadeia de grandes empresas, gestores públicos, fundos, investidores-anjos etc. ”

Celia Cruz
Diretora do Instituto de Cidadania Empresarial (ICE)
Diretoria Executiva da Força Tarefa Brasileira de Finanças Sociais

“ É muito importante mapear e conhecer os desafios dos negócios de impacto, pois eles são parte relevante do ecossistema de inovação na educação trazendo soluções para as redes de ensino públicas brasileiras. No exterior, esse é um mercado em ebulição e o Brasil começa a acompanhar essa tendência. ”

Lúcia Dellagnello

Diretora-presidente do Centro de Inovação para a Educação Brasileira (CIEB)

Ações dos 40 atores que participaram desse estudo, além de iniciativas de outras organizações engajadas no fomento de negócios de impacto, têm fortalecido o conceito para o mercado e demonstrado um ecossistema que se articula para endereçar desafios.

um novo ECOSISTEMA

Tem uma ideia e quer *empreender com impacto*

Novo olhar sobre si e as formas de empreender

Ritmo e foco em 4 meses

Chancela do SGB, referência em inovação social

Metodologia validada em 6 turmas

ACELERAÇÃO DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL



ARTEMISIA CAIXA

DESAFIO DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL

EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SERVIÇOS FINANCEIROS PARA TODOS

CAMPANHA BEMTEVEI EM BUSCA DE INVESTIDORES SOCIAIS

bemteve

Negócio Social que investe em Negócio Social

Conheça

DESCRIÇÃO DA CAMPANHA

A Bemteve busca investidores sociais que busquem transformação social. Está buscando causas transparentes? Quer fomentar uma nova maneira auto-sustentável e gerando Negócios Sociais. Envie-nos!

bemteve.li/site/

DOAR

Quem se inscrever poderá fazer parte do processo de seleção.

[SGB] CAMP

MAGNUSS

Seu negócio precisa mudar, se redescobrir e evoluir?

Participe do Magnuss um programa de 17 semanas para desenvolver e investir em negócios de impacto.

Social Innovation Management

This program is about learning by doing, training with master practitioners,

Fórum Brasileiro de Finanças Sociais e Negócios de Impacto

Transformar

FÓRUM INOVAÇÃO SOCIAL

CHAMADA PÚBLICA

SOLUÇÕES INOVADORAS PARA OS AFÍLIOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

INSCRIÇÕES

13 DE ABRIL A 04 DE MAIO

SEMINÁRIO NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL

28 novembro 2016

Audatório da Engenharia Florestal DEF

ATÉ R\$ 5 MILHÕES NO SEU NEGÓCIO EM EDUCAÇÃO

EXANTIKA, Legacy, MG, Tom

A MOV Investimentos, em parceria com a Pipe.Social, está buscando investidores para receber entre R\$ 2 e 5 milhões. Inscreva-se para inscrever negócios inovadores no país que tenham como objetivo a melhoria da qualidade de vida e alto potencial de escala.

EMPREENDEDOR SAIBA MAIS E INSCREVA-SE AQUI ATÉ 1º DE JUNHO

Empreendedor Social 2017

FOLHA Empreendedor Social de futuro

Ideias/projetos de saúde humana e digital health

INSCRIÇÕES ABERTAS ATÉ AS 16H DO DIA 14 DE MAIO

BIOSTARTUP.ORG.BR/INSCRIÇÕES

INSCRIÇÕES ÚLTIMOS DIAS ABERTAS

ENDEAVOR A DISTÂNCIA

Curso online Impacto Social

Create Your Account

It's free and confidential.

You are registering on behalf of PIPE.

Email Address

GUIA 2.5

Guia para o desenvolvimento de negócios de impacto

OUTUBRO 2015

SingularityU Brazil

Global Impact Challenge

5 negócios serão selecionados pela consultoria da MOV

parv

Aprender Empreendedor na Aprendizagem

Ferramentas e dicas para o empreendedor em educação

Veja conteúdos e referências para orientar sua jornada empreendedora e materiais para apoiar a implementação de soluções, avaliação de impacto e conexão com educadores

Coca-Cola UP

Abra oportunidades.

Start-Ed

Programa de estímulo a startups educacionais

CURSO INOVATIVA DE IMPACTO

Plataforma EduTec

CIES

Buscar Soluções

1ª CHAMADA DE SOLUÇÕES URBANAS

INSCREVA-SE ATÉ O DIA 14/04

A MOV, em parceria com a Pipe.Social, está buscando negócios em soluções urbanas para receber investimento entre R\$2 e 5 milhões. Procuramos empreendedores de todo o país que desenvolvam soluções.

WEBINAR GRATUITO

Coca-Cola + instituto Coca-Cola Brasil + ARTE

PRÊMIO ICE 2016

FINANÇAS SOCIAIS E NEGÓCIOS DE IMPACTO

PROCURANDO POR TECNOLOGIA PARA EDUCAÇÃO?

Se você tem uma demanda, necessidade ou problema em sua rede de ensino ou escola, a Plataforma EduTec é uma ferramenta de busca de tecnologias educacionais com foco em gestores, que visa aproximar demanda e ofertas, utilizando formatos e linguagem que facilitem o entendimento e a comunicação.

Formação & Capacitação

Gestão Escolar

Comunicação

NEGÓCIOS SOCIAIS E A YUNUS NO BRASIL

INSCREVA-SE

potencial do **MERCADO**

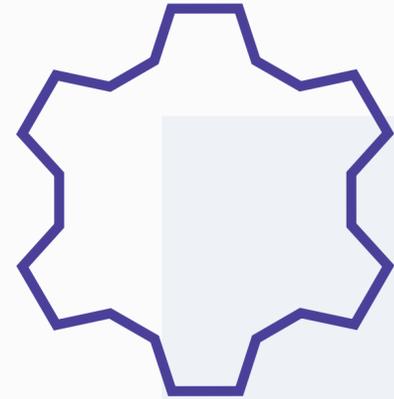
“ No ano de 2014, um estudo da Força Tarefa de Finanças Sociais e da Deloitte identificou que R\$13 bilhões foram investidos por meio de mecanismos de Finanças Sociais (principalmente microcrédito). Em 2020, esse número irá para R\$50 bilhões. **”**

Fonte: Força Tarefa Brasileira de Finanças Sociais

<http://forcatarefafinancassociais.org.br/wp-content/uploads/2015/05/MapeamentoOfertaCapital.pdf>



○ **1º MAPA DE NEGÓCIOS**
de impacto social + ambiental
do Brasil confirma um
mercado emergente no país.



DOS

579

**NEGÓCIOS
MAPEADOS NESSE
LEVANTAMENTO,**



JÁ ESTÃO FORMALIZADOS

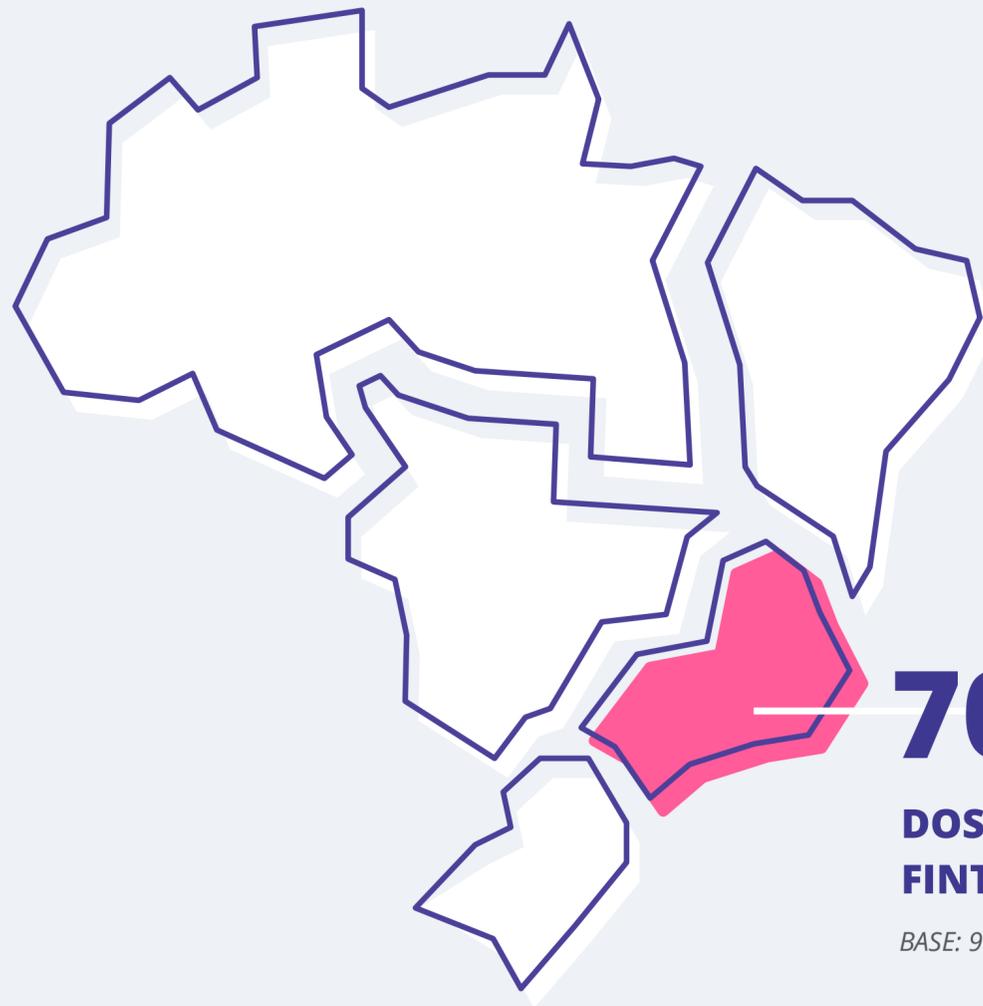


58%

**DECLARAM ESTAR
ENTRE AS ETAPAS DE
ORGANIZAÇÃO DO
NEGÓCIO E ESCALA**



**TIVERAM
FATURAMENTO
ACIMA DE R\$100MIL
NO ÚLTIMO ANO**



70%

**DOS NEGÓCIOS MAPEADOS EM
FINTECH ESTÃO NO SUDESTE**

BASE: 90

69%

**DOS NEGÓCIOS MAPEADOS EM
CIDADANIA ESTÃO NO SUDESTE**

BASE: 161

A CONCENTRAÇÃO DE NEGÓCIOS NO SUDESTE, PRINCIPALMENTE NO ESTADO DE SÃO PAULO (43% DA BASE TOTAL DE 579 NEGÓCIOS), SEGUIDO POR MINAS GERAIS (11%) E RIO DE JANEIRO (9%) CONFIRMA UM ECOSSISTEMA MAIS FORTALECIDO NESSA REGIÃO.

DESTAQUE PARA AS VERTICAIS DE FINANÇAS SOCIAIS E CIDADANIA, UM MOVIMENTO TALVEZ INFLUENCIADO PELO CRESCIMENTO DAS *FINTECHS* NO MERCADO TRADICIONAL E MAIOR MOBILIZAÇÃO POPULAR PARA A POLÍTICA E PROBLEMÁTICA DOS GRANDES CENTROS.



BASE: 579

**O SETOR É MARCADO
PELAS MICROEMPRESAS:
79% TÊM ATÉ 9 FUNCIONÁRIOS PRÓPRIOS.**

**O NÚMERO DE 19% DE NEGÓCIOS
EMPREGANDO ACIMA DE 10
FUNCIONÁRIOS SOBE PARA 32% SE
CONSIDERADOS OS FREELANCERS
DEDICADOS AO TIME.**

“ O mapeamento mostra que, ao longo dos últimos anos, os negócios de impacto ampliaram o escopo de atuação para além de setores tradicionais como saúde, educação e serviços financeiros, mirando desafios novos em áreas como cidadania e cidades. Isso reforça a premissa de que modelos de negócios são estratégias capazes de oferecer soluções de impacto em escala para enfrentar os mais variados desafios sociais presentes na sociedade atual. ”

Vivianne Naigeborin
Strategic Advisor Potencia Ventures

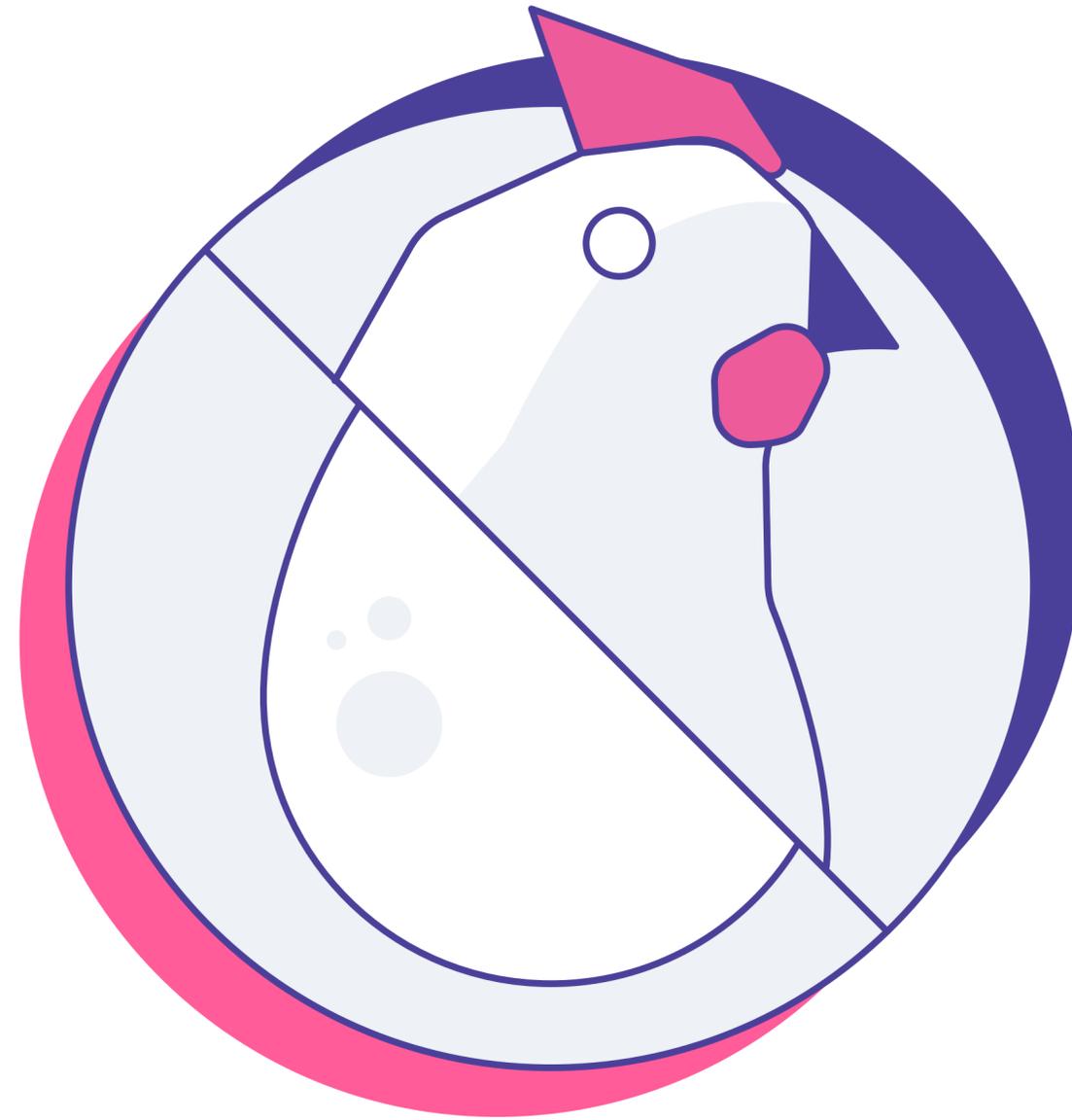
Um setor que já está formalizado,
empregando e gerando renda...

mas que, para alcançar maturidade, ainda precisa endereçar importantes questões.



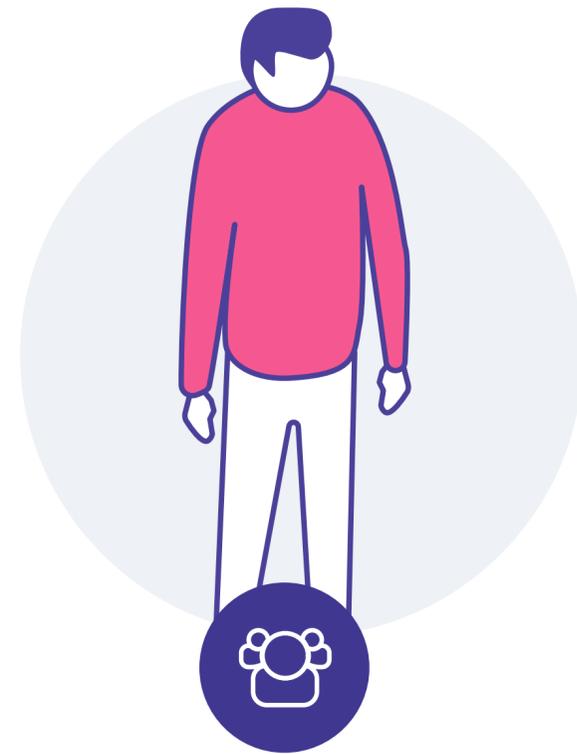
01.

**PERMANECE A DESCONEXÃO
ENTRE O INTERESSE DO
INVESTIDOR E A NECESSIDADE
DO EMPREENDEDOR.**

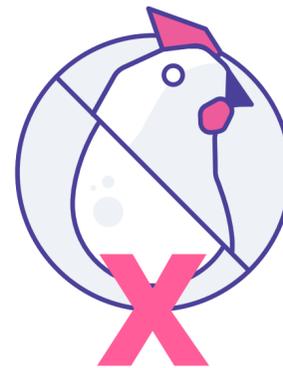


O OVO OU A GALINHA

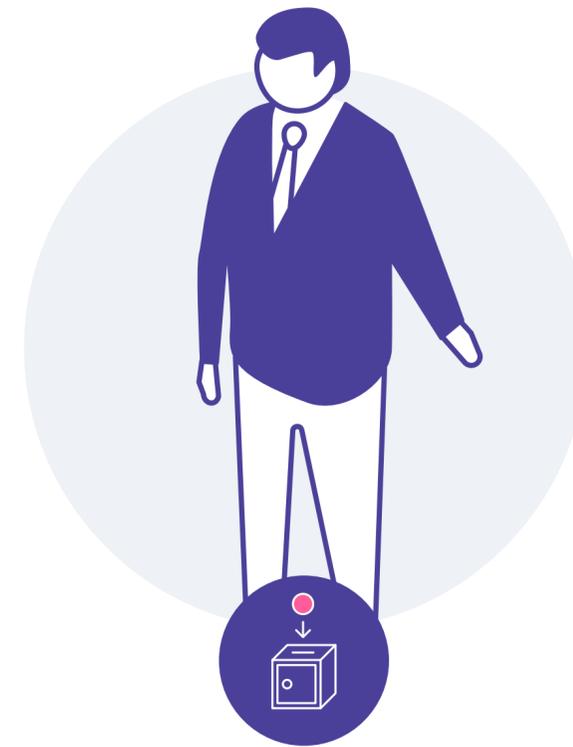
**A DEMANDA REAL DOS
EMPREENDEDORES POR
INVESTIMENTOS**



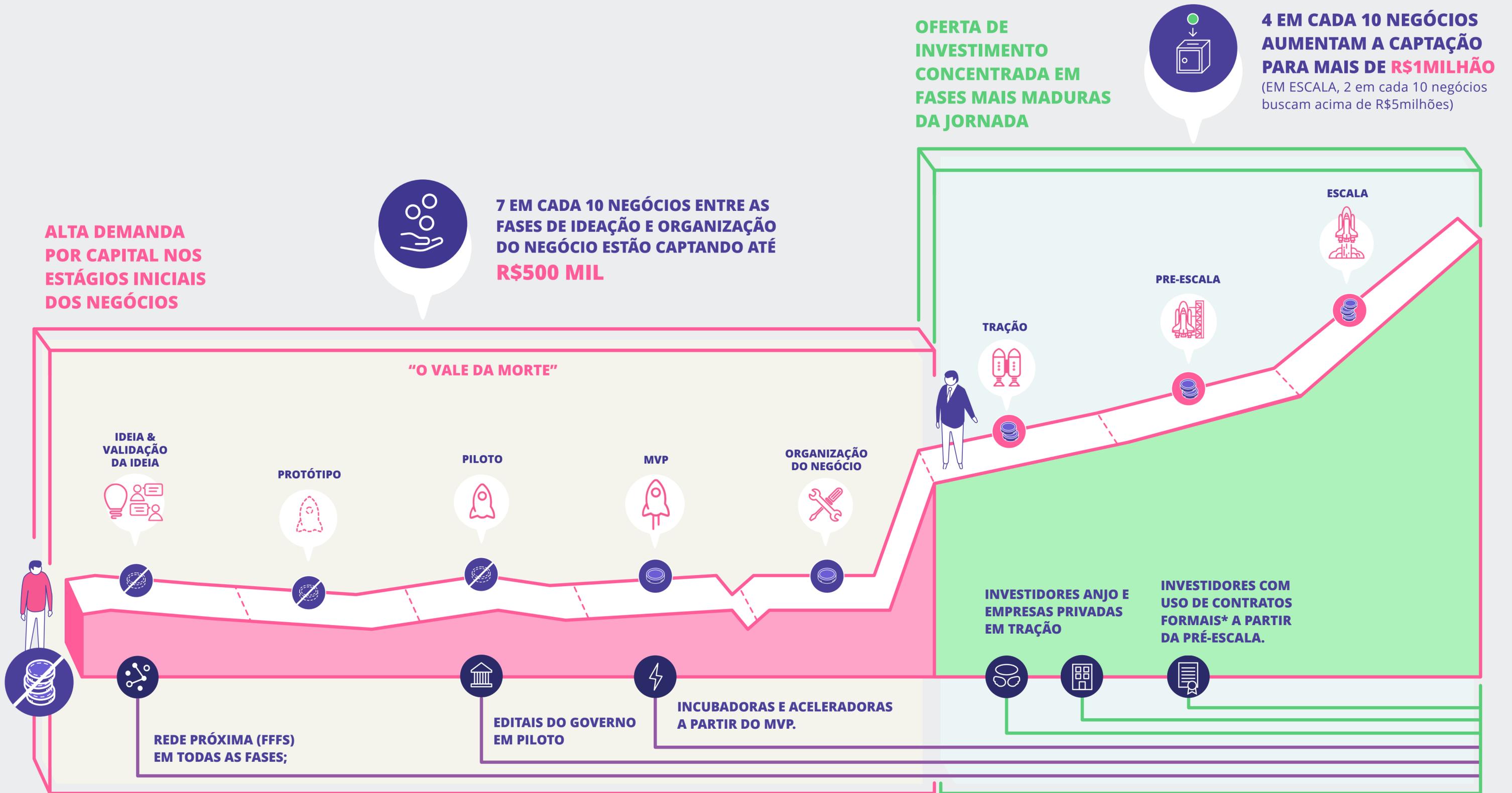
O OVO OU A GALINHA



**GERANDO UM IMPASSE NA
CRIAÇÃO DE PIPELINE DE
NEGÓCIOS MAIS MADUROS**



**NÃO CASA COM O PERFIL
DOS NEGÓCIOS BUSCADO
PELA MAIORIA DOS
INVESTIDORES**



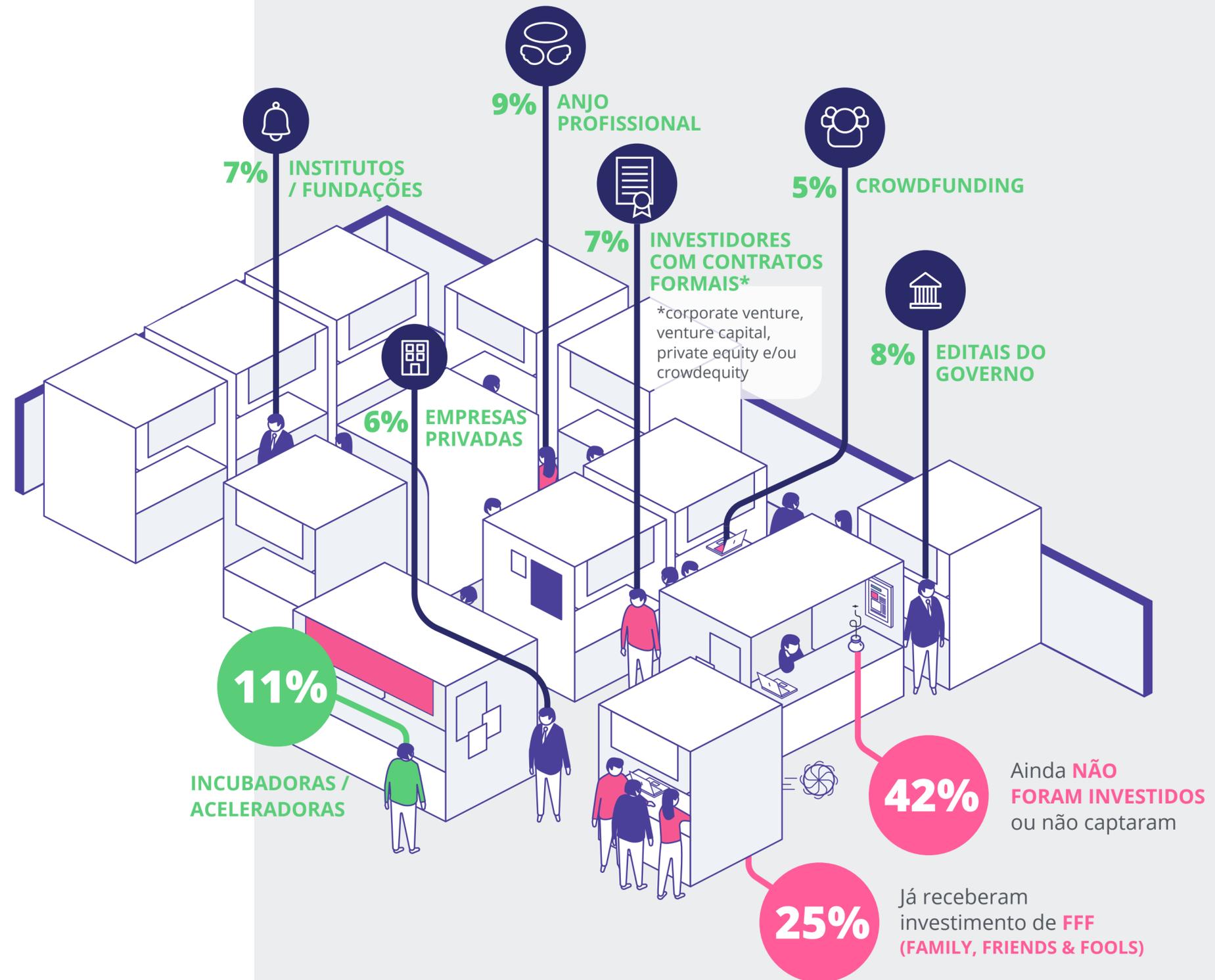


DADOS MAPA

OS EMPREENDEDORES BUSCAM ALTERNATIVAS MAIS "INFORMAIS"

Nesse cenário, a tradicional fonte de investimento 3F's (Family, Friends and Fools) acaba sendo o grande combustível para que essas empresas avancem nos estágios iniciais da jornada – representando a maior fonte de recursos nessas empresas no Brasil (25% delas já receberam esse tipo de investimento).

Em segundo lugar, temos as aceleradoras e incubadoras, responsáveis por investirem em 11% dos negócios, seguidas por anjos, com 9%, fazendo com que essas empresas consigam avançar e ganhar escala.



NOS PRÓXIMOS CHARTS, APROFUNDAMOS A ANÁLISE SOBRE O DESCOMPASSO EXISTENTE ENTRE AS NECESSIDADES DO EMPREENDEDOR E AS AJUDAS OBTIDAS EM CADA FASE DA JORNADA DO NEGÓCIO.

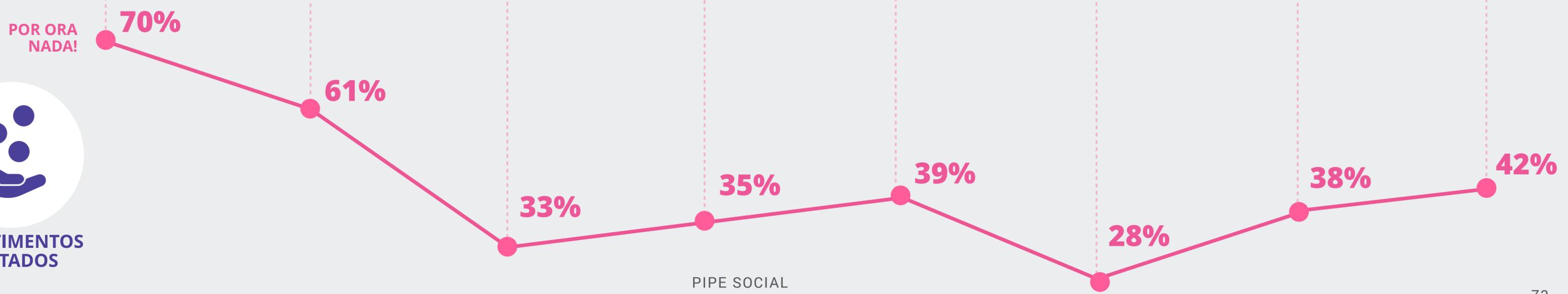


CAPTAÇÃO

SIM! ESTAMOS CAPTANDO



INVESTIMENTOS CAPTADOS



PIPE SOCIAL

*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

DADOS MAPA

NÃO HÁ MUITAS AJUDAS DISPONÍVEIS PARA SE TESTAR A SUA IDEIA.

É no início da jornada quando o empreendedor está mais sozinho. Nas fases de ideação e protótipo, 7 em cada 10 estão em busca de dinheiro e, desses, a maioria demanda dinheiro semente para testar sua ideia. Uma oferta que, infelizmente, não parece estar disponível quando analisados os números de captação até o momento.

A captação via anjo profissional foi citada apenas por 7% de quem está na fase de ideação (e 4% na fase de protótipo) e os institutos e fundações socorreram apenas 9% dos negócios na fase de protótipo (4% na fase de ideação). Aceleradoras e Incubadoras foram opção para 7% dos negócios em prototipagem (2% na ideação).

Vale lembrar que, além de dinheiro, na fase de protótipo aumentam os pedidos de ajuda também por mentoria.



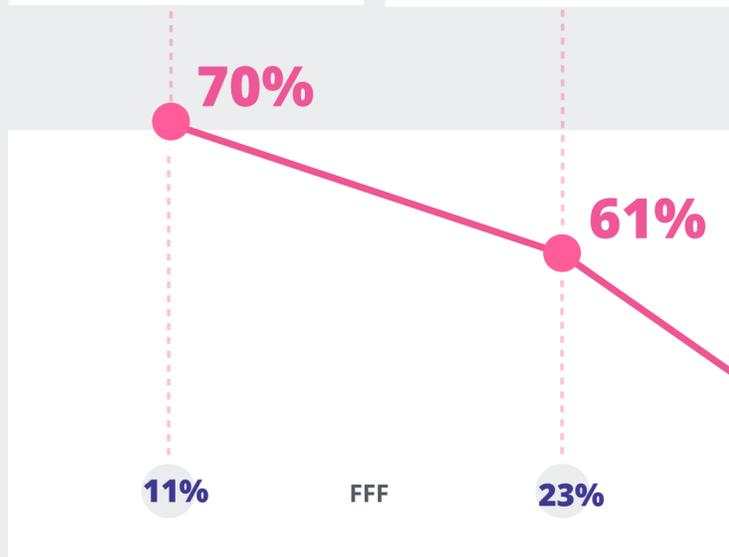
SIM! ESTAMOS CAPTANDO



POR ORA NADA!



INVESTIMENTOS CAPTADOS



*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

78%

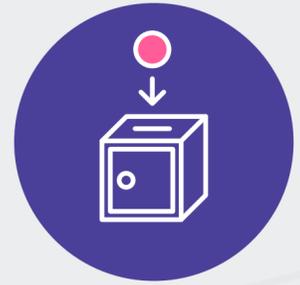


ESCALA

BASE: 76

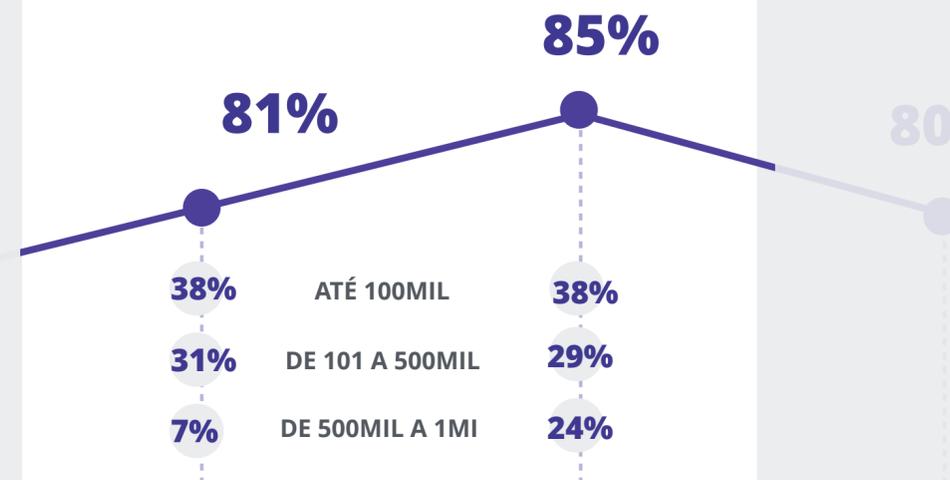
4%

CAPTAÇÃO



SIM! ESTAMOS CAPTANDO

QUANTO ESTÃO CAPTANDO?



PILOTO

BASE: 52



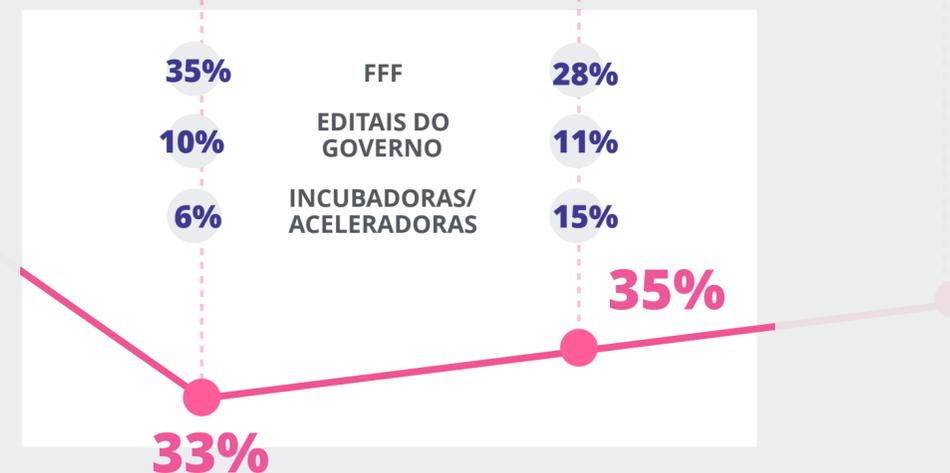
MVP

BASE: 65

POR ORA NADA!



INVESTIMENTOS CAPTADOS



*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

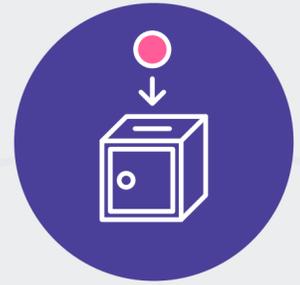
DADOS CENSO

E NA BUSCA DE UMA SOLUÇÃO SUSTENTÁVEL PARA O NEGÓCIO AINDA SÃO POUCOS OS ATORES ATUANTES.

Ajudas começam a surgir no momento de pilotar e buscar uma solução que viabilize a concretização do negócio. Apesar de ainda pouco expressivos, editais e incubações/acelerações são os principais apoios financeiros nesse momento. Institutos e fundações vêm ao socorro de 8% dos negócios em piloto (3% para MVP) e anjos profissionais são mencionados por 8% de quem está em MVP (6% para piloto).

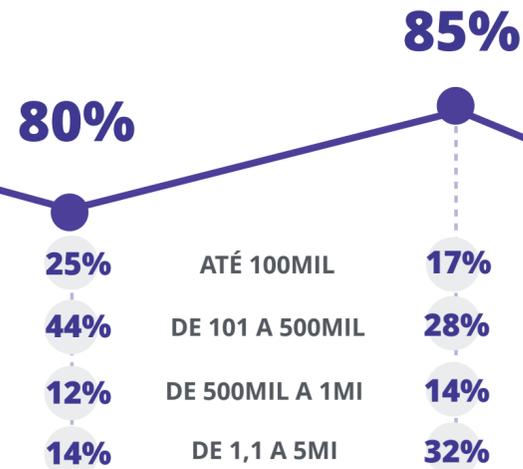
A maior demanda em ambas fases é por uma quantia de até R\$500mil e, além de dinheiro, negócios em MVP também pedem ajuda com a comunicação de sua solução.

CAPTAÇÃO



SIM! ESTAMOS CAPTANDO

QUANTO ESTÃO CAPTANDO?



ORGANIZAÇÃO NEGÓCIO

BASE: 105



TRAÇÃO

BASE: 85

POR ORA NADA!



INVESTIMENTOS CAPTADOS



DADOS MAPA

CONTINUAM ESCASSAS AS AJUDAS ENQUANTO O NEGÓCIO NÃO ACELERA.

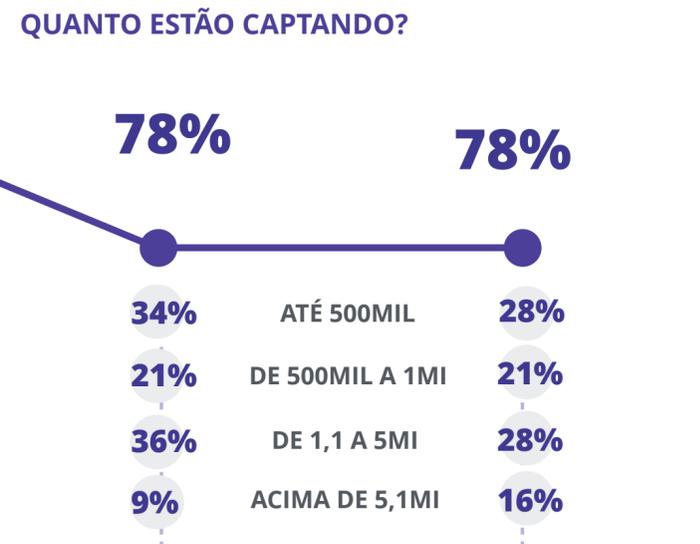
Com um MVP garantindo o mínimo sustento do negócio, é preciso planejar a estrutura para crescimento. Nesse momento, os negócios já começam a captar maiores quantias e recorrer a distintos atores.

Continuam atuantes as incubadoras e aceleradoras e entram em cena Investidores-anjos e empresas privadas para ajudar o negócio a tracionar. Editais do governo continuam apoiando 8% dos negócios em ambas as fases da jornada. Institutos e Fundações ainda são menos expressivos (9% na fase de organização do negócio e 6% em tração) assim como os investidores com contratos formais (5% em organização do negócio e 8% em tração).

Além de dinheiro, aumentam consideravelmente os pedidos de ajudas para a estratégia do negócio por quem está na fase de organização de negócio e demanda por time/equipe para quem está tracionando.



SIM! ESTAMOS CAPTANDO



PRÉ-ESCALA

BASE: 72



ESCALA

BASE: 76



38%

42%



INVESTIMENTOS CAPTADOS

DADOS MAPA

É APENAS QUANDO O NEGÓCIO SE SUSTENTA QUE O FLUXO DE INVESTIDORES AUMENTA.

Em ampla expansão, os negócios, por fim, conseguem atrair investidores com contratos formais, demandando quantias ainda mais altas. Investimentos de *venture capital* são alcançados por 6% dos negócios em pré-escala e 4% já em escala; private equity por 3% em pré-escala e 7% em escala; corporate venture por 4% em pré-escala e 5% em escala; e crowdequity por 4% em pré-escala e apenas 1% em escala.

Institutos e Fundações são apoios financeiros principalmente para negócios em fase de pré-escala e editais do governo são mencionados por 10% dos negócios que estão em escala (8% em pré-escala).

*Fase da jornada declarada pelo empreendedor

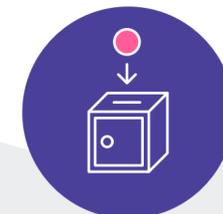
**Investidores com contratos formais: corporate venture, venture capital, private equity e/ou crowdequity



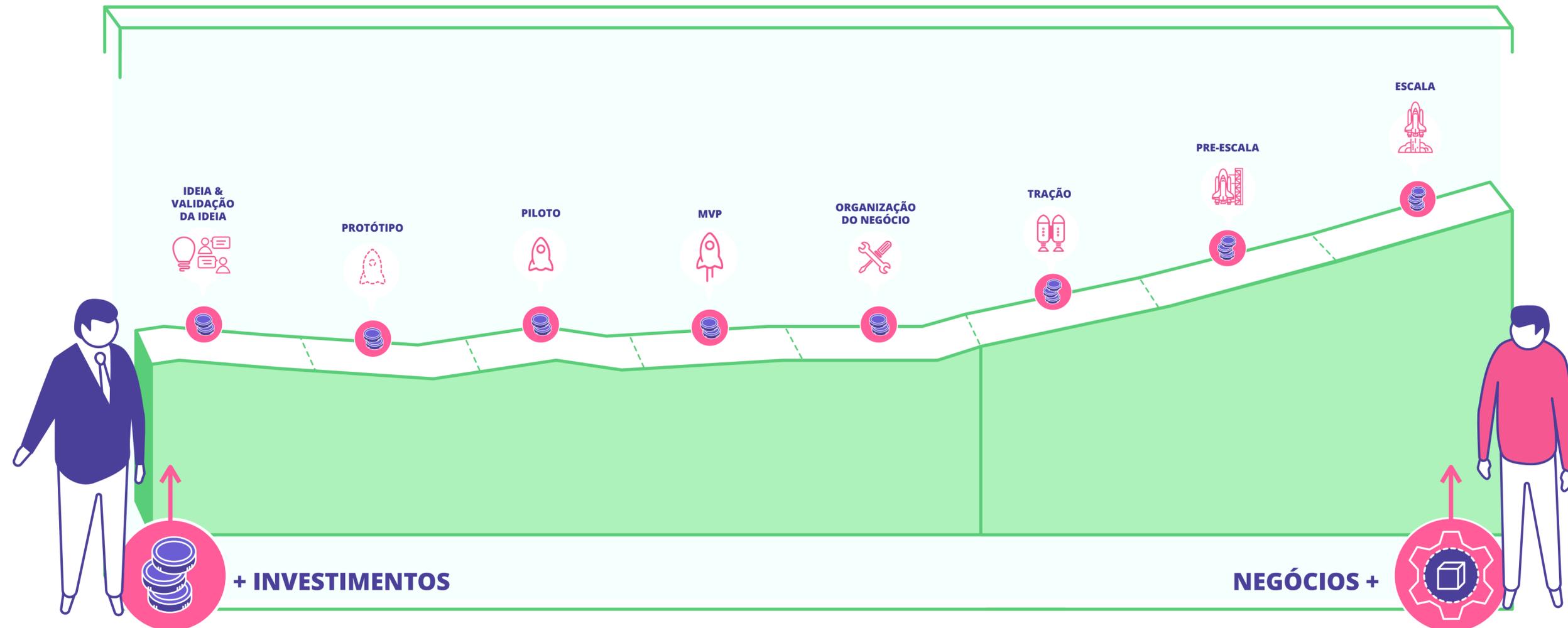
STARTUPS COM DIFICULDADE DE ACESSO A INVESTIMENTOS E CRÉDITO EM UM PERÍODO QUE CHAMAMOS DE "VALE DA MORTE", NOS ESTÁGIOS INICIAIS DE VIDA.



INVESTIDORES APONTANDO A FALTA DE NEGÓCIOS DE IMPACTO NOS ESTÁGIOS MAIS MADUROS DA JORNADA, COM MAIOR FATURAMENTO E ESCALA.



AQUI ENTENDEMOS QUE, SE NÃO TIVERMOS UM AUMENTO DA OFERTA DE INVESTIMENTOS/CRÉDITO NAS ETAPAS INICIAIS DA JORNADA, NÃO TEREMOS VOLUME DE NEGÓCIOS QUE POSSAM ESCALAR EM MÉDIO E LONGO PRAZOS.





Para fortalecer o ecossistema de impacto no Brasil é preciso apoiar os empreendedores nos estágios iniciais de desenvolvimento dos negócios. A Kaleydos nasceu justamente para ajudar a suprir essa necessidade, criando a base necessária para que bons projetos se transformem em inovações inseridas em modelos de negócios promissores. Obviamente, isso exige um trabalho artesanal e customizado a cada projeto. Isso muitas vezes complementa e contradiz o atual modelo de aceleração e investimento, mais industrial, baseado em uma premissa estatística: apoiar o maior número de projetos ao menor custo, aumentando as chances de sucesso e retorno - o que nos parece necessário e igualmente legítimo. Ao inverter essa lógica, buscamos aumentar a chance de retorno, não pela quantidade de projetos mas, pelo aumento da chance dos poucos projetos apoiados serem bem sucedidos, a ponto de se tornar futuro objeto de aceleração e investimento de fundos e de Venture Capitals. //

João Santos
Fundador da Kaleydos



AVANTE



cofundador **Bernardo Bonjean**, 39 anos

// No Brasil, falta investidor que queira apoiar empresas que estão resolvendo problemas com P maiúsculo. Negócios que estão endereçando os 17 ODS da ONU. Faltam recursos financeiros e falta - da parte dos investidores -, mais pessoas no time de gestão que tenham vivido a experiência de empreender. **//**

FICHA TÉCNICA



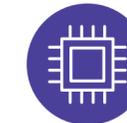
Finanças Sociais



Sudeste, SP, São Paulo



Faturamento
último ano: acima
de R\$100 milhões



App Mobile para o agente
e App Mobile para o
microempreendedor



Acabaram de fechar o
terceiro round de captação
de R\$40 milhões

SOLUÇÃO:

Melhores soluções financeiras para o negócio e para a família do microempreendedor; atendimento ágil, personalizado e humano.

VAMOS ENTENDER MAIS A FUNDO ESSE CENÁRIO

No Brasil, existem fatores que reduzem esse potencial de investimento...

ALTA REMUNERAÇÃO EM INVESTIMENTOS COM BAIXOS RISCOS

Investir em fases iniciais de um negócio representa maior risco para os investidores. E com a taxa Selic em dois dígitos e consequente alta remuneração do capital com baixo risco no Brasil, torna-se mais difícil convencer os investidores a apostarem em negócios iniciantes.

FALTA DE SAÍDAS (OU EXITS) NO MERCADO DE NEGÓCIOS DE IMPACTO

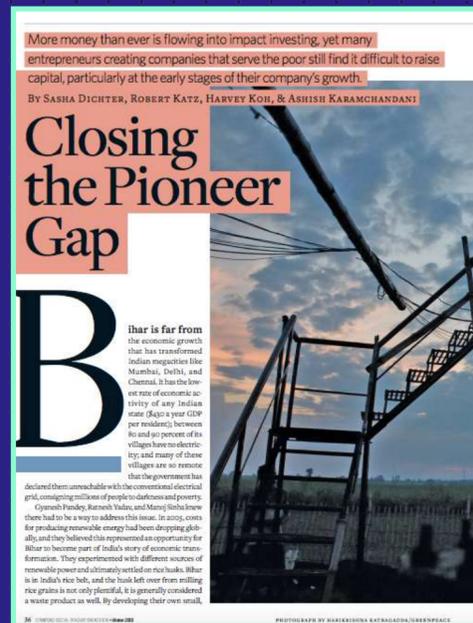
Quando analisam investimentos, os investidores levam em consideração o histórico de saídas no mercado, ou seja, empresas que foram investidas e posteriormente vendidas, trazendo retorno financeiro aos investidores. Um dos desafios do mercado de negócios de impacto no país é que não temos cases de saídas, que trouxessem históricos de retorno financeiro + impacto social.

DO PONTO DE VISTA DOS INVESTIDORES, A MAIORIA DOS EMPREENDEDORES SOCIAIS NÃO ESTÁ PRONTA PARA RECEBER INVESTIMENTOS

Segundo o estudo da Aspen Institute - Mapping the Impact Investing sector in Brazil, apesar do crescimento do número e da melhora na qualidade dos empreendedores nos últimos anos, ainda é difícil encontrar perfis prontos para atender às exigências de fundos. Além disso, a maioria deles tem receio de realizar contratos de débito, como o instrumento de mútuo conversível, muito utilizado pelos investidores nessa fase de negócio.

Fonte: <https://www.aspeninstitute.org/publications/mapping-impact-investing-sector-brazil/>

NO MUNDO, OS DESAFIOS DE INVESTIMENTO DE IMPACTO SE REPETEM.



Relatório da Stanford Center for Social Innovation destaca que somente seis dos 84 fundos que investem na África oferecem capital nas fases iniciais de negócio. Em entrevistas, investidores dizem que preferem investir em negócios que já estão em escala e já têm viabilidade comercial, mitigando seus riscos e tendo retornos mais rápidos.

Fonte: https://ssir.org/articles/entry/closing_the_pioneer_gap

EM MERCADOS MAIS MADUROS, A SITUAÇÃO NÃO É MUITO DISTINTA...

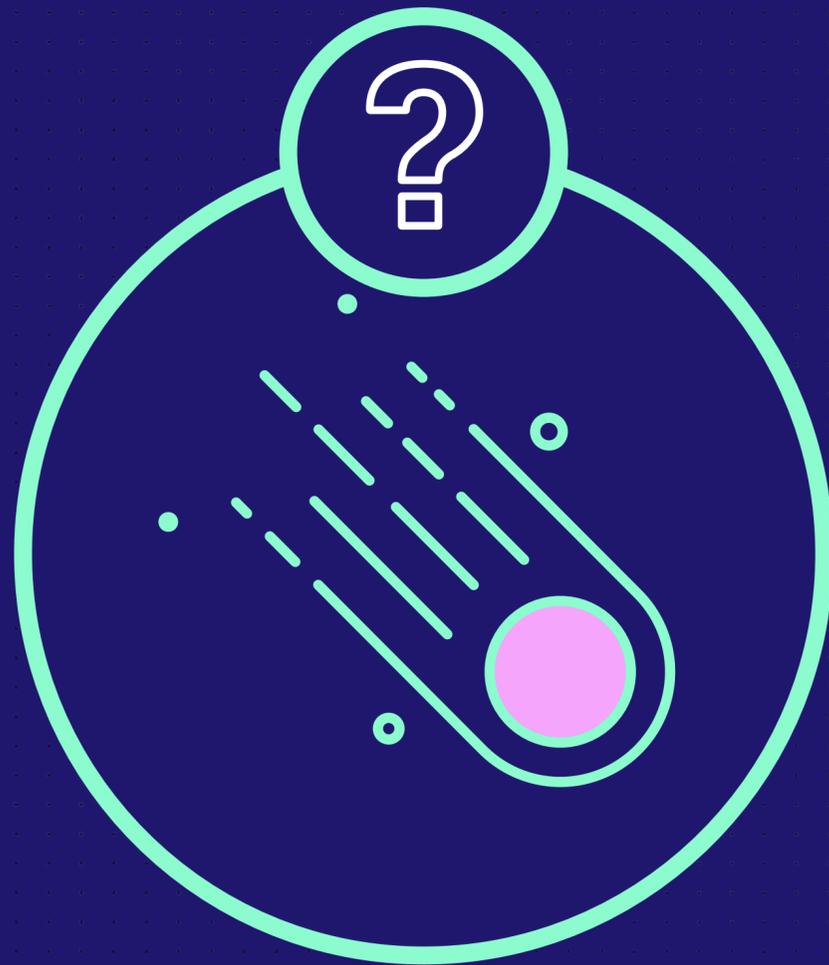


O Impact Investing Trends 2016, da GIIN, traz os três maiores desafios desse mercado segundo os investidores:

- a falta de capital adequado a esse espectro de negócios com maior risco;*
- a falta de oportunidades de investimento com alta qualidade; e*
- a dificuldade de “saída” dos negócios de impacto – e, conseqüentemente, reduzido potencial de retorno financeiro e atratividade de investimento.*

Fonte: <https://thegiin.org/knowledge/publication/impact-investing-trends>

E a questão da definição do conceito de investimento de impacto continua um desafio.



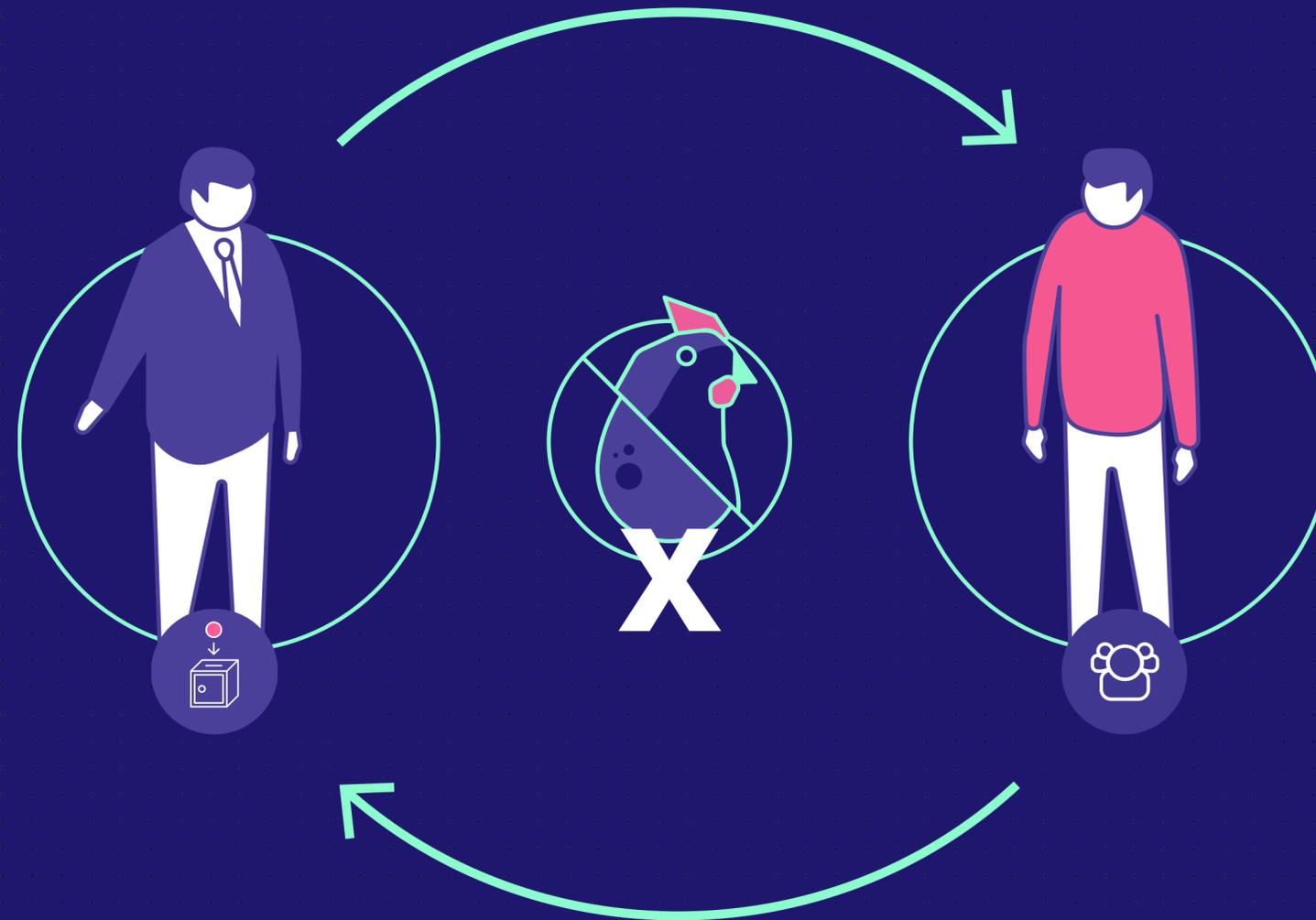
Segundo a pesquisa do Financial Times, “Investing for Global Impact” de 2017, a maioria dos investidores diz que o conceito de investimento de impacto ainda não tem uma definição clara e 70% deles entendem que o conceito ainda não é amplamente conhecido e entendido pelos “family offices” e fundações. Ainda nessa pesquisa 73,5% dos investidores apontam a falta de critérios claros de medição de impacto como uma das barreiras para o investimento.

Fonte: <http://familyoffice.ftbusiness.com/impact/>

De uma forma geral, percebemos o seguinte cenário no Brasil:

HOJE OS INVESTIDORES BUSCAM...

- Empreendedores com boa formação e dedicação total ao negócio;
- Negócios que já estejam faturando e com diferencial competitivo;
- Soluções que estejam estruturadas, testadas e com estratégia clara de crescimento;
- Time que entregue resultado;
- Bom potencial de escala que garanta a maximização do impacto que pode causar;
- E, claro, negócios com as métricas de impacto definidas e com uma cadência de medição.



POR OUTRO LADO, OS EMPREENDEDORES ENFRENTAM DESAFIOS:

- Falta de investimento;
- Falta de acesso à crédito;
- Cash flow;
- Burocracia brasileira;
- Construção e remuneração de time;
- Modelo sustentável de negócio;
- Venda para governo;
- Alto custo da medição de impacto;



cofundador **Gonzalo Muñoz Abogabir**, 44 anos

!! Nós nascemos no Chile. Primeiro criamos a solução para um país menor; depois fomos em busca de capital para um mercado atrativo e desafiador como o Brasil. Captamos investimentos com a Mov Investimentos que olha para impacto. Tivemos que buscar esse fundo com olhar socioambiental, o que nos ajudou a alinhar os objetivos da empresa, não só o retorno do capital, mas alinhar o tempo de retorno, a gestão, os desafios que encontramos no caminho. Fez toda a diferença ter o suporte de um fundo que olha para impacto social. **!!**

FICHA TÉCNICA



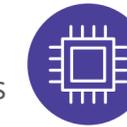
Tecnologias Verdes e Cidadania



Sudeste: SP, São Paulo



Faturamento último ano: entre R\$2,1 a R\$4 milhões



Software de rastreamento



Captando entre R\$5 e R\$10 milhões

SOLUÇÃO:

A TriCiclos é uma Empresa B de mudança cultural, vestida de empresa de reciclagem. Trabalha para um mundo sem lixo, com base em economias circulares. Opera a maior rede de PEVs (pontos de entrega voluntária) da América Latina, o que garante o conhecimento para aplicação em economias circulares.

APESAR DE TUDO, O BRASIL ESTÁ MAIS OTIMISTA COM O FUTURO DO SETOR!

As boas notícias para os investidores de impacto

APESAR DA CRISE POLÍTICA, HÁ EXPECTATIVA DE QUEDA DE JUROS A MÉDIO PRAZO

Há uma expectativa de queda da taxa básica dos juros, fazendo com que esses investidores olhem para soluções que possam trazer mais retorno financeiro, mesmo com mais risco associado, possivelmente atendendo à demanda de investimento em etapas iniciais da jornada dos empreendedores.

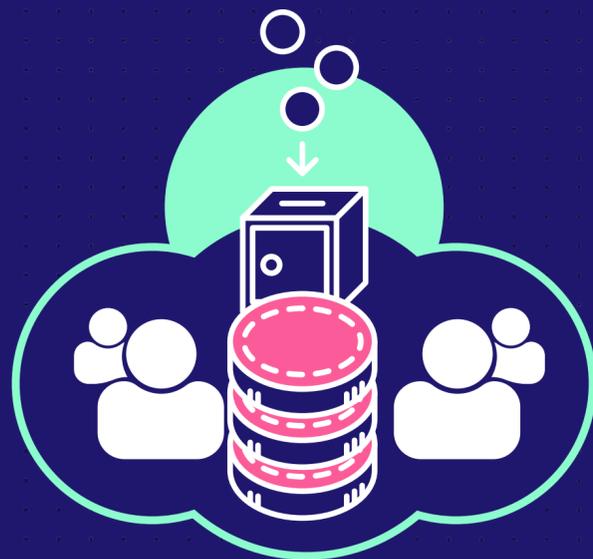
POTENCIAL DE SAÍDAS NOS PRÓXIMOS ANOS

Com o mercado mais amadurecido, há um aumento da expectativa com relação ao potencial de saídas nos próximos anos. Como vimos aqui, o pipeline começa a se apresentar mais robusto, um número maior de negócios ganhando escala e atingindo volumes expressivos de faturamento – provando que é possível ter retorno financeiro e social ao mesmo tempo no Brasil.

LEGISLAÇÃO MAIS AMIGÁVEL

A Lei Complementar 155, de 27 de outubro de 2016 (e já valendo a partir de 01/01/2017) define a estrutura de investimento anjo e de segurança jurídica para esta modalidade de aporte de capital. Com isso, pessoas físicas e jurídicas podem fazer aportes de capital, sem serem consideradas sócias, sem participação na gerência ou voto na administração da empresa. Entre as vantagens está o fato de que esses investidores não respondem por dívidas da empresa, inclusive em recuperação judicial, e também o não desenquadramento das empresas que recebam este aporte do Simples Nacional, como ocorria anteriormente.

Já os empreendedores têm mais uma opção de acessar investimentos:



EQUITY CROWDFUNDING

Uma modalidade que permite o investimento direto em startups por meio da internet, no qual o investidor recebe, como contrapartida pelo investimento, uma participação acionária ou um título de dívida que pode ser conversível em ações da empresa apoiada. Os investimentos são regulamentados pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) que para facilitar essas operações, simplificou o processo para captações de até 2,4 milhões de reais – desde que as empresas faturem até R\$3,6 milhões.



*No mundo empresas já chegaram a captar **R\$ 290 MILHÕES** (AngelList) com essa modalidade que já movimentava R\$ 34 bilhões, em 2015.*

Fonte: Din4mo
<https://pt.slideshare.net/mfukayama/equity-crowdfunding-o-que-e-como-pode-ser-utilizado>



*Pesquisas indicam que nesse ano, essa modalidade já deve passar o total de investimento de **VENTURE CAPITAL NO MUNDO.***

Fonte: Din4mo
<https://pt.slideshare.net/mfukayama/equity-crowdfunding-o-que-e-como-pode-ser-utilizado>

E O BRASIL TEM CASE PARA MOSTRAR!

CASE

VIVENDA + BROOTA

The screenshot shows the Broota website interface for the 'Programa Vivenda' campaign. The header includes the Broota logo and navigation links: COMO FUNCIONA, SINDICATOS, STARTUPS, PESSOAS, CAPTAR INVESTIMENTO, CADASTRAR, and ENTRAR. The main content area features a large image of a favela with the text 'Programa Vivenda' and 'Reformas habitacionais para a baixa renda.' Below this, there is a location indicator for São Paulo - SP and a list of tags: Construção, Empreendedorismo Social, Arquitetura, Reformas, Negócios Sociais. A warning box states: 'AVISO: A presente oferta foi dispensada de registro pela Comissão de Valores Mobiliários. A CVM não garante a veracidade das informações prestadas pelo ofertante nem julga a sua qualidade ou a dos valores mobiliários ofertados.' The 'Produto' section shows a photo of a modern interior. On the right, a 'Empresa Captando' section displays a progress bar for 'Reservados' at R\$ 828.000 and 'Captando online' at R\$ 500.000.

A Vivenda, negócios de impacto social na área de habitação, bateu recordes de captação pela plataforma de equity crowdfunding brasileira, a Broota. Foi a empresa mais rápida, a de maior volume e de maior demanda já registrada na modalidade no Brasil.

Superando a meta de captação de R\$500mil em menos de 8 horas de Oferta Pública, o valor captado mobilizou mais de 90 investidores. A quantia permitirá à empresa iniciar a estratégia de expansão territorial, com a inauguração da segunda loja em abril de 2017, na zona Leste de São Paulo.

O Programa Vivenda busca revolucionar o mercado de reformas para baixa renda no Brasil. Já foram mais de 400 reformas realizadas e quase 2 mil pessoas atendidas.



PROGRAMA VIVENDA



cofundador **Fernando Assad**, 33 anos

|| O crowdequity foi uma ótima alternativa. Tínhamos meta de levantar R\$310 mil em uma primeira rodada de investimento, sabíamos que esse valor estava abaixo da linha de interesse dos fundos e acima da dos anjos. Com a rodada aberta no Broota, com ticket mínimo de R\$2.500, em pouco tempo levantamos R\$445 mil, agregando investidores de distintos perfis: indústrias, pessoas do mercado financeiro e interessados no campo social. Nossa segunda rodada foi um sucesso maior ainda. Com a oferta pública aberta, em menos de 8 horas batemos a meta de investimento de R\$500 mil, e depois atingimos o teto de nossa captação, levantando 750 mil. **||**

FICHA TÉCNICA



Cidades



Sudeste, SP, São Paulo



Faturamento último ano: entre R\$1,1 e R\$ 2 milhões



Nenhuma em especial



Duas rodadas de crowdequity

SOLUÇÃO:

O Programa Vivenda visa revolucionar o mercado de reformas habitacionais para a baixa renda, tornando acessíveis reformas rápidas e de qualidade, fazendo com que as pessoas possam morar bem e viver melhor.



OUTRA BOA NOTÍCIA É DADA PELO ESTUDO DA ASPEN INSTITUTE QUE APONTA AMPLO LEQUE DE INTERESSES DE INVESTIMENTOS NO PAÍS ALINHADOS COM OS 17 OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DA ONU PARA 2030

Fonte: <https://www.aspeninstitute.org/publications/mapping-impact-investing-sector-brazil/>



ALÉM DE VERMOS UM FORTE CRESCIMENTO DO MERCADO DE INVESTIMENTOS DE IMPACTO NO MUNDO...



Os investimentos de impacto vêm crescendo 18% anualmente de 2013 a 2015 (CAGR), representando um mercado de US\$35.5 bilhões em 2015. Desse total, há uma predominância de investimentos em mercados emergentes (60% da alocação).

Outra boa novidade é que os investidores de impacto no âmbito mundial estão consistentemente satisfeitos com retornos financeiros e socioambientais obtidos:

- 98% deles indicam que os negócios atingiram ou excederam os objetivos de impacto social;*
- entre 85% e 95% indicam que os negócios atingiram ou excederam as metas de performance financeira.*

Fonte: <https://thegiin.org/knowledge/publication/impact-investing-trends>

**COM TODO ESSE CENÁRIO, AS EXPECTATIVAS
ATUAIS PARA O SETOR SÃO DE MUITO
TRABALHO E ALINHAMENTO.**

MAS NÃO HÁ DÚVIDAS SOBRE O CRESCIMENTO DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO NO MUNDO E A TENDÊNCIA DE EXPANSÃO DO SETOR INCLUI O BRASIL.



“ É notável o crescimento do campo na última década. Mais capital, mais empreendimentos, mais impacto. O ecossistema ampliou. O Brasil pode e deve ser um protagonista no mundo em empreendedorismo e investimento de impacto. Contudo, ao mesmo tempo vemos o desafio de pipeline de projetos mais maduros e a necessidade de criar fontes inovadoras e distribuídas de acesso a capital para empreendedores e famílias de baixa renda. Mais que inovar em produto, serviço ou processo, precisam inovar em modelos de negócios. Projetos bem sucedidos podem gerar impacto positivo na ponta, no desenvolvimento da cadeia de valor e no fortalecimento de todo o ecossistema. ”

Marcel Fukayama
Cofundador, Din4mo



02.

**A DESIGUALDADE ENTRE
GÊNEROS SE VÊ PRESENTE
TAMBÉM NESTE SETOR.**

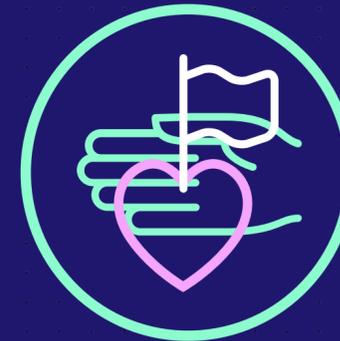
SETOR 2



O relatório do Instituto Ethos publicado em janeiro desse ano mostra que o percentual de **mulheres em cargos executivos nas 500 maiores empresas do país é de apenas 13,6%**.

Fonte: <http://www.filantropia.org/informacao/9304-negros-e-mulheres-ainda-s%C3%A3o-minoria-em-cargos-executivos-nas-empresas>

SETOR 3



No mais recente estudo realizado pelo IBGE sobre as **organizações da sociedade civil organizada no Brasil, foram mapeadas 290,7 mil fundações privadas e associações sem fins lucrativos. Dessas, a presença feminina correspondia a 63%**.

Fonte: IBGE
<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/fasfil/2010/default.shtm>

COM UMA PRESENÇA DESEQUILIBRADA NOS SEGUNDO E TERCEIRO SETORES DA ECONOMIA, PODIA-SE ESPERAR MAIOR LIDERANÇA FEMININA ENTRE OS NEGÓCIOS DE IMPACTO, O CHAMADO SETOR 2,5. MAS ESSA AINDA NÃO É A REALIDADE.

ENTRE A BASE MAPEADA, OS NEGÓCIOS FUNDADOS SÓ POR MULHERES SÃO A MINORIA.

Especialmente no recorte levantado, que visou negócios de impacto com menor dependência de capital filantrópico para sobrevivência (menos de 50% de dependência de filantropia).





“ O Mapa de Impacto Socioambiental é um marco, pois nos ajuda a entender quais são os desafios que temos pela frente. Nesse sentido, a questão de gênero chama a atenção. Ter apenas 20% dos negócios de impacto fundados exclusivamente por mulheres é um indicador que precisamos desenvolver, por meio de capacitações, aceleradoras ou outras iniciativas. Mas, mais do que isso: precisamos de homens e mulheres entendendo a relevância da diversidade para a competitividade dos negócios e para o impacto socioambiental positivo que queremos. ”

Maria Eugenia Sosa Taborda
Gerente de Sustentabilidade Itaú



DADOS MAPA

O PRIMEIRO MAPEAMENTO DO SETOR APONTA QUE APENAS 2 EM CADA 10 NEGÓCIOS TÊM APENAS MULHERES COMO FUNDADORAS

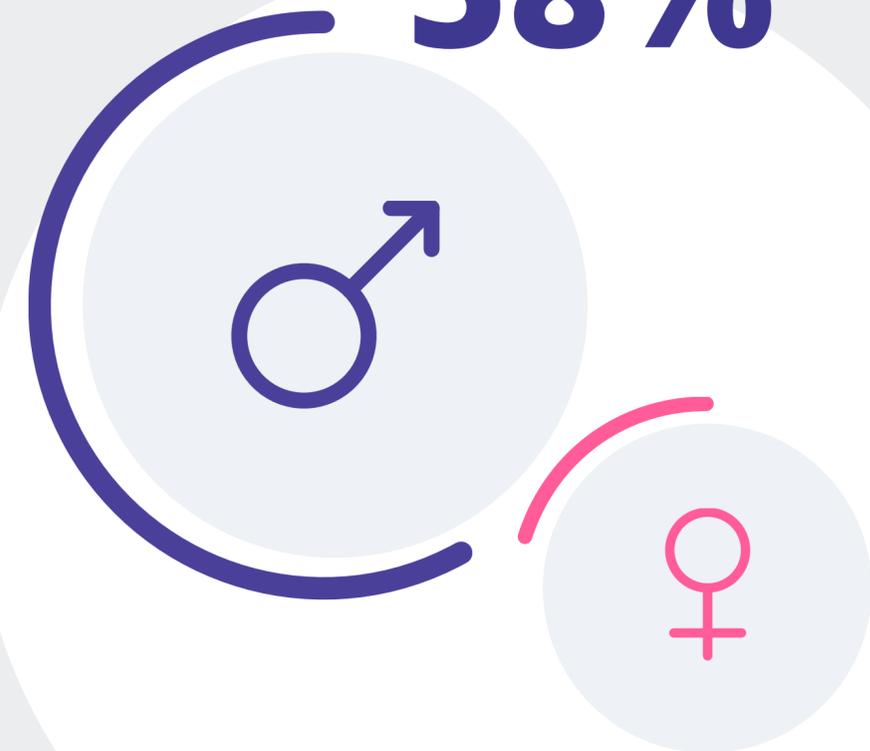
Em todas as verticais, negócios fundados só por homens são maioria, com uma maior tendência entre os negócios que focam em soluções para Cidades (64%) e Tecnologias Verdes (62%).

Negócios com uma liderança feminina ainda são poucos nessa amostra, apesar de uma tendência a estarem mais presentes na área das Finanças Sociais (29%). Um dado interessante, visto que historicamente as mulheres tem menor atuação no setor econômico e financeiro tradicional.

*BASES ANALISADAS:
VERTICAL CIDADES (108) / VERTICAL TECNOLOGIAS VERDES (176) / FINANÇAS SOCIAIS (90)

POSSUI APENAS HOMENS COMO FUNDADORES

58%



20%

TÊM APENAS MULHERES COMO FUNDADORAS

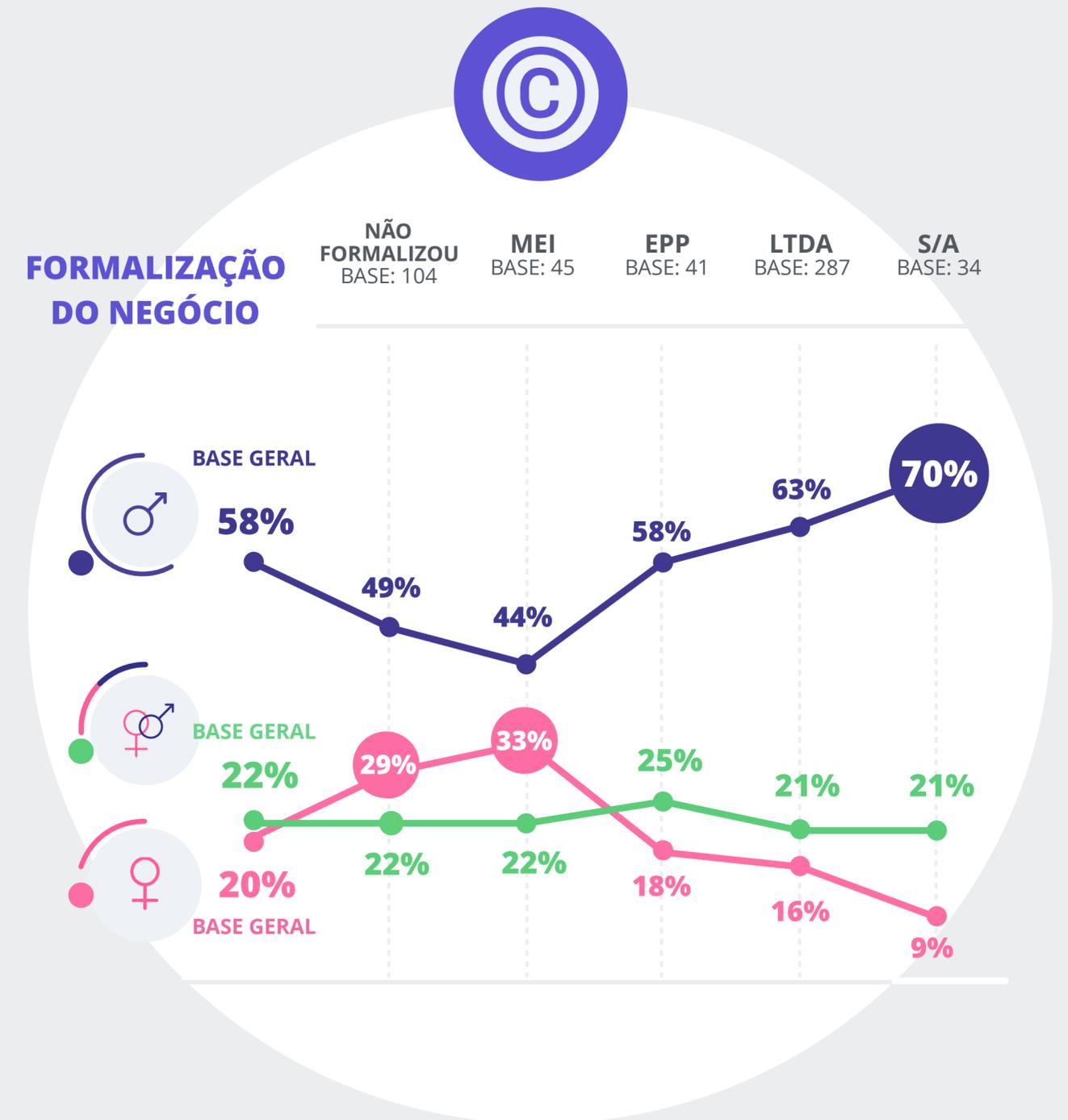


DADOS MAPA

NEGÓCIOS FUNDADOS SÓ POR MULHERES CRESCE ENTRE A BASE NÃO FORMALIZADA E MICROEMPREENDEDORES

Analisando a formalização jurídica dos negócios mapeados, percebe-se um aumento dos negócios liderados pelas mulheres - em comparação com a base total - entre quem ainda não se formalizou e quem está no formato MEI.

Já os negócios liderados por homens têm tendência a crescer entre os modelos S/A.



**ALÉM DE POUCAS, ELAS TAMBÉM TENDEM A REGISTRAR
RESULTADOS FINANCEIROS MENORES DENTRO DE UMA
JORNADA MAIS LENTA.**



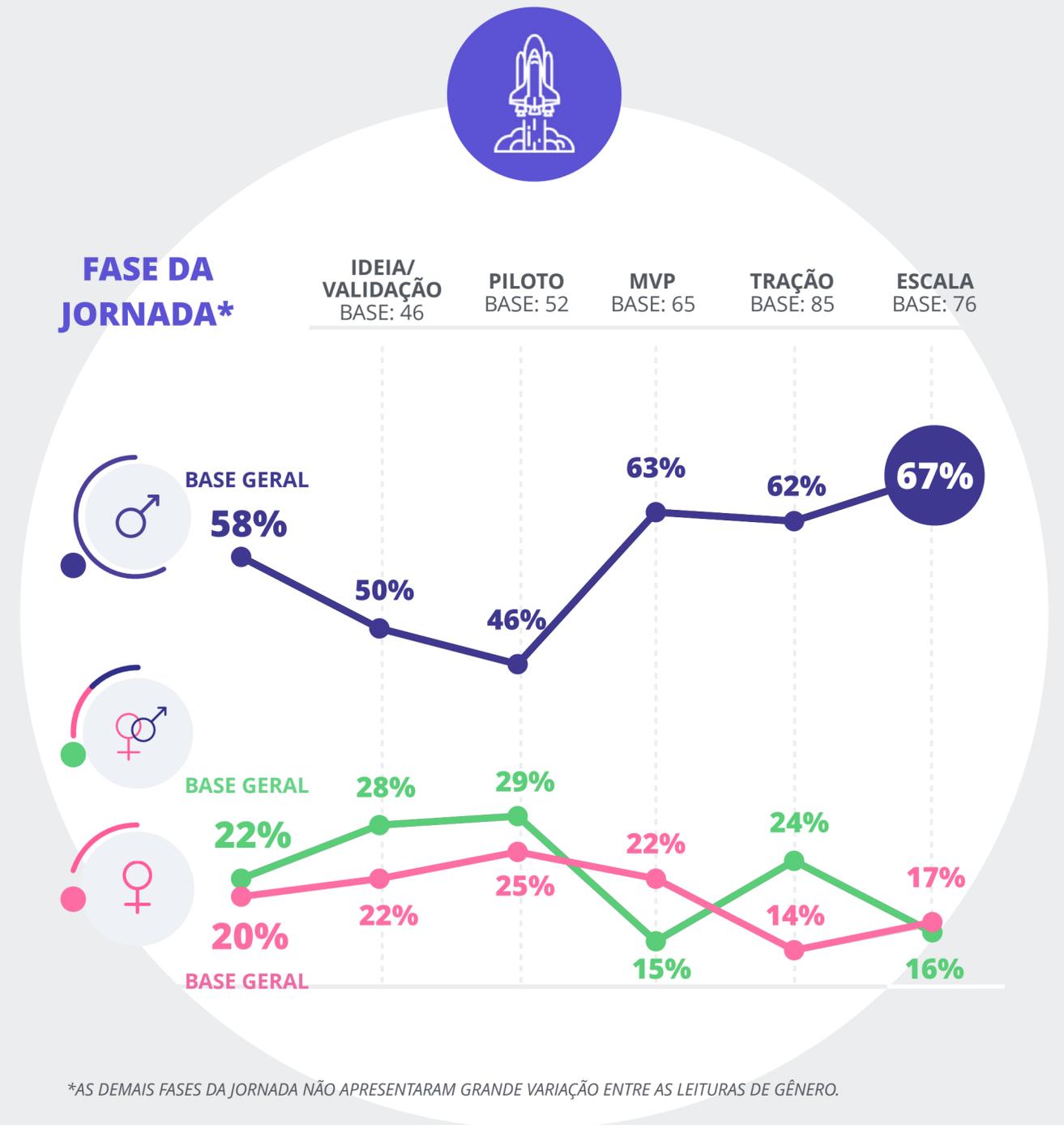
DADOS MAPA

NA JORNADA DE NEGÓCIO, AS MULHERES TÊM MENOR PRESENÇA EM ESCALA

Corroborando com os dados de formalização do negócio, a liderança masculina tende a aumentar dentro da base mapeada em fase de escala.

Buscando correlações, ao analisar o modelo de negócio declarado, as mulheres focam mais em modelos B2C (59% vs 50% para negócios fundados só por homens) e C2C (12% vs 6% para negócios fundados só por homens). E, em seu modelo de monetização, elas focam menos em assinatura (29% vs 38% para negócios fundados só por homens) e venda recorrente (40% vs 47% para negócios fundados só por homens).

*BASES ANALISADAS:
NEGÓCIOS FUNDADOS SÓ POR HOMENS (331) / NEGÓCIOS FUNDADOS SÓ POR MULHERES (113)





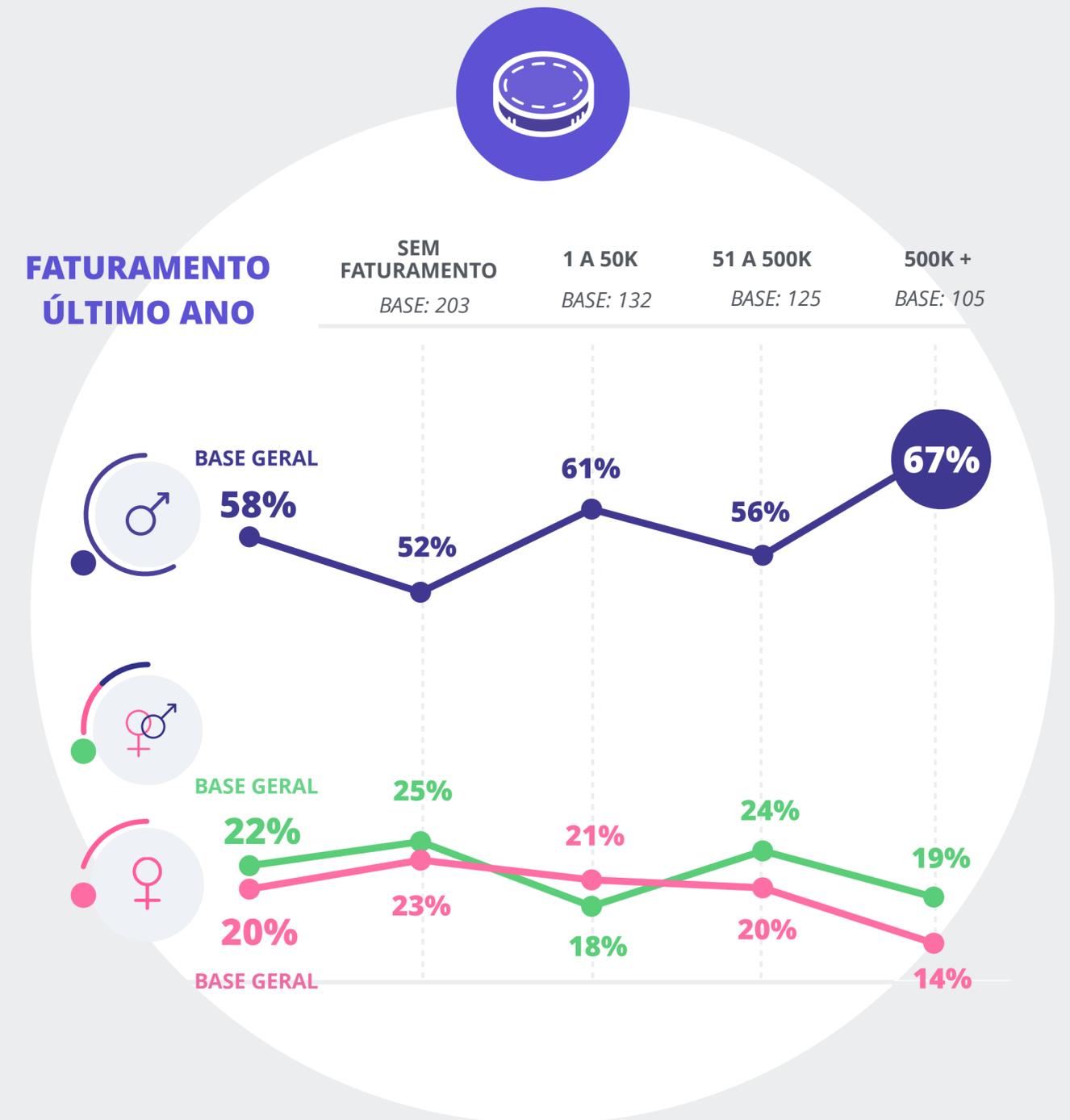
DADOS MAPA

NÃO SURPREENDE QUE OS NEGÓCIOS FUNDADOS SÓ POR MULHERES NÃO SEJAM EXPRESSIVOS EM MAIORES FAIXAS DE FATURAMENTO

Confirmando todo o cenário explorado até agora, a liderança feminina na base mapeada nesse estudo tende a apresentar resultados de faturamento para o último ano mais baixos se comparado aos negócios fundados só por homens.

Analisando os pedidos de ajuda mais urgentes, negócios fundados só por mulheres pedem mais apoio para definir o modelo de negócio (15% vs 6% negócios liderados só por homens).

*BASES ANALISADAS:
NEGÓCIOS FUNDADOS SÓ POR HOMENS (331) / NEGÓCIOS FUNDADOS SÓ POR MULHERES (113)



PARA SOMAR A ESSE CENÁRIO MAIS DESAFIADOR, AS AJUDAS FINANCEIRAS SÃO MAIS ESCASSAS PARA AS MULHERES.

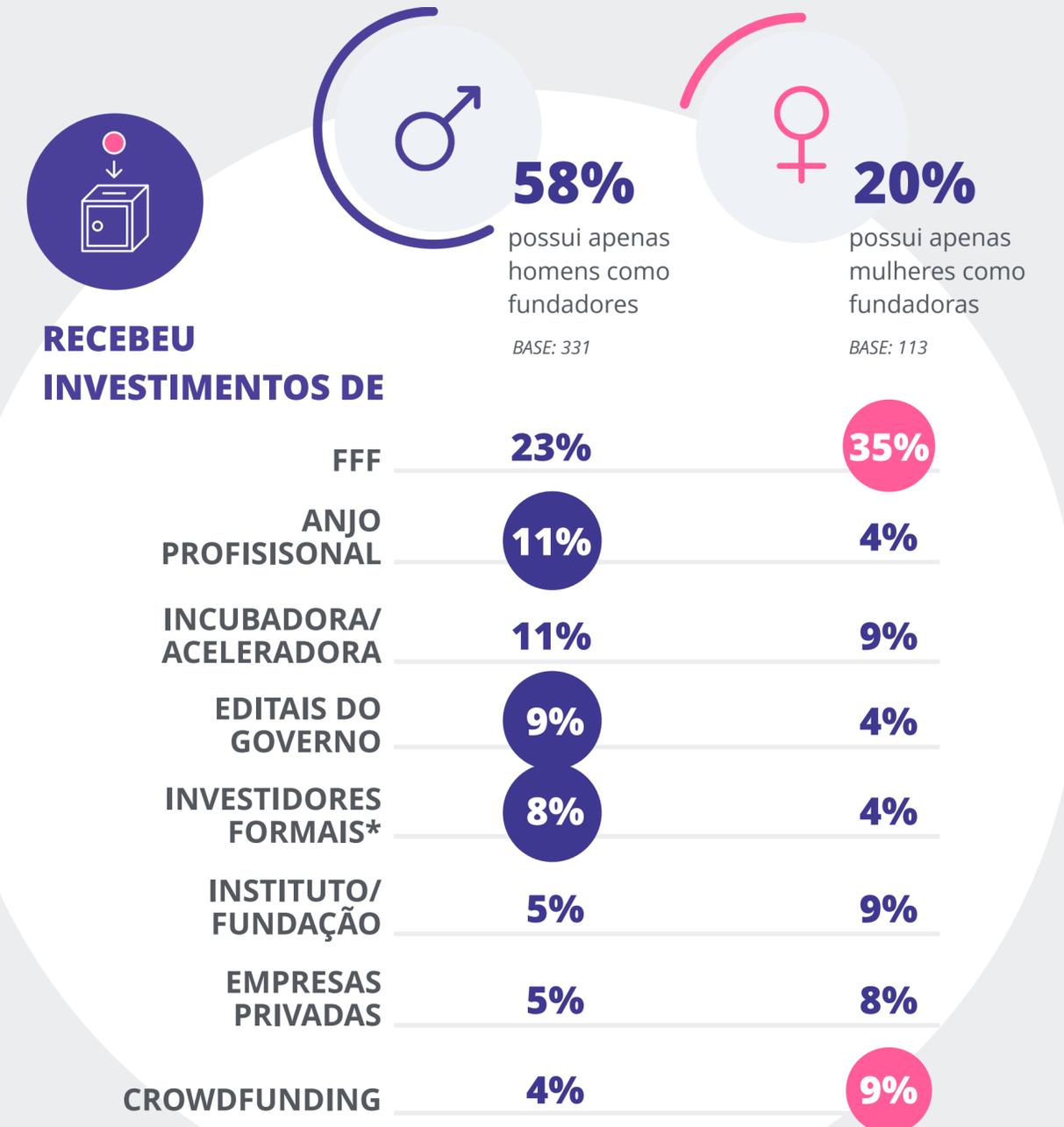


DADOS MAPA

NA BUSCA DE INVESTIMENTO, AS MULHERES CONTAM MAIS COM SUA REDE PESSOAL

Para as mulheres, as principais ajudas financeiras chegam hoje de sua rede próxima: amigos e familiares (FFF).

Na outra ponta, negócios liderados só por homens captaram mais de fontes tradicionais do setor, como investidores-anjo e investidores com contratos formais (VCs, Private Equity etc.), além de parecer transitar também melhor por editais.



*INVESTIDORES COM CONTRATOS FORMAIS: CORPORATE VENTURE, VENTURE CAPITAL, PRIVATE EQUITY E/OU CROWDEQUITY



GUTEN



fundadora **Danielle Gobbi Brants**, 32 anos

// *Percebo que muitas vezes vejo que as mulheres investem pouco na criação de redes de relacionamento profissional que dêem suporte à sua captação de recursos. Além disso, ainda carregam o estereótipo do 'não gosto de finanças, então não consigo falar com investidores'. Há, ainda, casos em que percebo uma atitude machista de certos investidores. Já passei por situações em que, de forma explícita ou implícita, um investidor disse que não investiria na empresa pelo fato da fundadora ser mulher. Isso não me desencorajou. Pelo contrário: os excluí da minha lista e dei seguimento à minha jornada, mais criteriosa na busca pelos investidores que se alinhavam aos meus princípios. //*

FICHA TÉCNICA



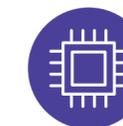
Educação



Sudeste, SP, São Paulo



Faturamento último ano: não divulgado



Plataforma digital e Big Data



Três investidores-anjo, Artemisia Ventures e Omidyar Network

SOLUÇÃO:

Plataforma digital de leitura com textos jornalísticos em linguagem adequada ao público infantojuvenil. Junto aos textos, atividades gamificadas são apresentadas aos alunos com o objetivo de desenvolver habilidades de leitura. A escola acompanha o desenvolvimento dos alunos e pode personalizar os caminhos de aprendizado de acordo com o seu desempenho. O Guten News é uma ferramenta utilizada por escolas privadas e públicas no Brasil todo, como parte do currículo regular.



EDIÇÃO DA PESQUISA DO PROJETO GEM NO BRASIL

A última edição da pesquisa do projeto GEM no Brasil, com o objetivo de medir e acompanhar a atividade empreendedora no país aponta que em 2015 a taxa total de empreendedorismo foi de 39,3% na média da população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos). Por considerar um universo mais amplo de empreendedorismo os resultados dessa pesquisa embasam um macrocenário que ainda aponta gaps e desafios para as mulheres empreendedoras.*

Fonte: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)

A proporção total de mulheres adultas envolvidas com o empreendedorismo (36,4%) é mais baixa que a dos homens (42,4%).

Comparados aos homens, o grupo de empreendedoras iniciais opera em empreendimentos com tecnologias mais tradicionais, têm menos empregados e menor faturamento, indicando uma tendência das mulheres empreendedoras de trabalhar por conta própria.

É menor a proporção de mulheres que afirma ter conhecimento, habilidade e experiência necessários para iniciar um novo negócio (54% das mulheres afirma ter, contra 63% dos homens).

*O GEM utiliza um conceito amplo de empreendedorismo que visa captar os diferentes tipos de empreendedores (formais ou informais), sejam os empreendedores da base da pirâmide, envolvidos com empreendimentos muito simples ou aqueles envolvidos em empreendimentos mais sofisticados e de mais alto valor agregado.



QUEM SÃO ELAS?

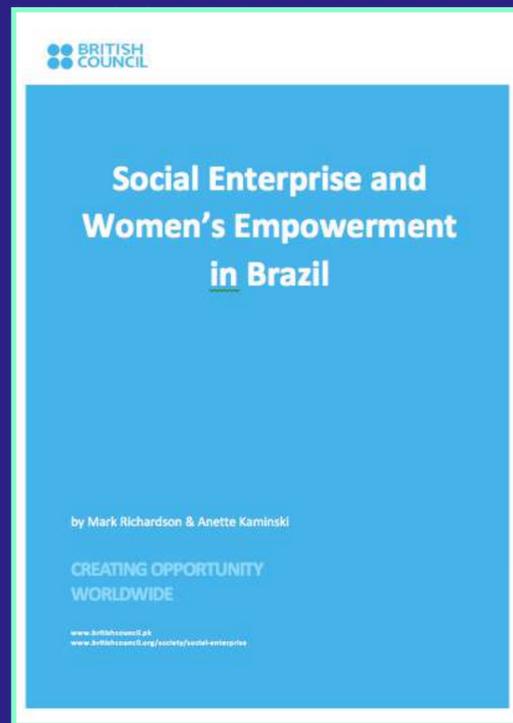
Uma inédita pesquisa sobre o Perfil da Empreendedora brasileira, realizada com mais de 1300 mulheres em 2016, revela – entre outras coisas, – dificuldades comuns quando elas estão à frente do próprio negócio. Apesar desse documento se relacionar a um recorte mais específico dentro do universo empreendedor, algumas conclusões expõem o macro contexto desafiador para a mulher empreendedora no país.

Fonte: <http://materiais.redemulherempreendedora.com.br/pesquisa-quem-sao-elas>

"Elas querem saber mais! Buscam por informações, capacitação e declararam que precisam aprender mais sobre finanças, planejamento da empresa, formação de preço, mkt/comunicação e vendas/negociação."

"Elas têm sócios? A maioria não. Quando tem, o mais comum é a sociedade em partes iguais. Amigos, maridos ou outro familiar são os sócios mais comuns das empreendedoras."

"A tecnologia é uma área em que notamos uma queda da presença feminina ao longo dos últimos 20 anos, porém é uma das mais promissoras para os próximos 20, 30, 40 anos!"



MULHERES & EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Um estudo no país realizado pelo British Council com 80 empreendedores sociais, no início de 2017, levanta a existência de barreiras e desvantagens ao empreendedorismo feminino. Apesar de o campo dessa pesquisa considerar um universo mais amplo de empreendimentos sociais, os resultados nos trazem uma perspectiva mais qualitativa da jornada das mulheres.

Fonte: Social Enterprise and Women's Empowerment in Brazil - British Council

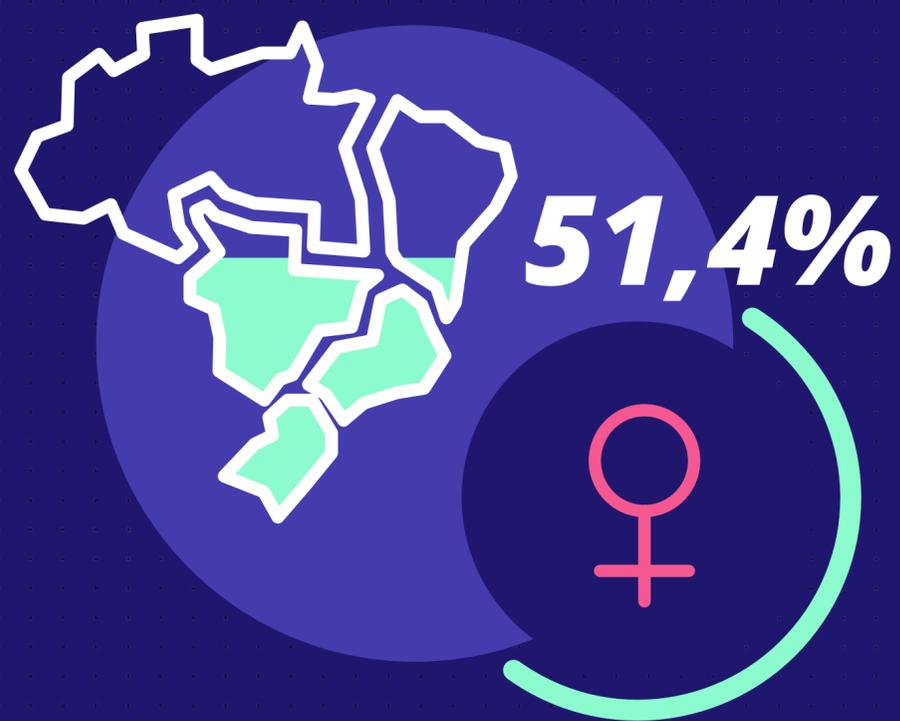
A burocracia fiscal e governamental são barreiras comuns enfrentadas tanto por mulheres quanto por homens em jornadas empreendedoras no país. Contudo, em alguns quesitos, as mulheres sentem desvantagens para empreender:

- _divisão do tempo entre as tarefas familiares e da casa;*
- _menor acesso à crédito;*
- _menor auto confiança em habilidades e expertises;*
- _ausência de modelos femininos inspiradores;*
- _pressões sociais e culturais ainda presentes em relação ao papel da mulher.*

Ao embarcar em uma jornada empreendedora sua autopercepção fica mais positiva: 75% das empreendedoras que responderam à pesquisa disseram que iniciar uma empresa social lhes trouxe maior senso de autoestima e 56% relataram aumento da confiança.

Contudo, a insegurança financeira e o estresse são resultados negativos da decisão de empreender: 63% das empreendedoras fizeram dívidas ou se colocaram em situação de insegurança financeira para dar início a sua empresa social e 44% experimentaram estresse.

**APESAR DOS DESAFIOS RELACIONADOS DIRETAMENTE A
TRAÇOS ESPECÍFICOS DOS NEGÓCIOS, É INEVITÁVEL
RESSALTAR UM CONTEXTO HISTÓRICO CULTURAL QUE
AINDA SE FAZ MUITO PRESENTE NO MUNDO DOS
NEGÓCIOS NO BRASIL E NO EXTERIOR.**



Representando **51,4%** da população brasileira, as mulheres têm um desempenho melhor que os homens em indicadores de saúde e educação - segundo o IBGE.

MAS

Mesmo com nível de escolaridade maior, **ELAS OCUPAM APENAS 3% DOS CARGOS DE CEO** entre as 265 empresas de capital aberto no país.

Fonte: PNAD/ IBGE 2015

O rendimento das **MULHERES EQUIVALIA A 76% DO DOS HOMENS EM 2015.** A diferença é ainda maior em cargos de gerência ou direção, nos quais o salário médio das mulheres equivalia a 68% do valor pago aos homens.

Fonte: PNAD/ IBGE 2015

A última edição da pesquisa do projeto GEM no Brasil confirma esse cenário. Comparado aos homens, elas são mais jovens, mais escolarizadas e têm menor proporção de casadas. Apesar de maior preparo, seu ganho é menor: 69% recebem até 3 salários mínimos contra 49% nos homens.

Fonte: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4ee07253fa008eb297c4585b988b0a43/\\$File/7216.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4ee07253fa008eb297c4585b988b0a43/$File/7216.pdf)

- *Com esse cenário não é de se estranhar que o Brasil ocupa a 79ª posição em termos de igualdade de gênero, entre a lista de 144 países pesquisados pelo Fórum Econômico Mundial.*

Fonte: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/economies/#economy=BRA>



INVESTIMENTO PARA MULHERES

Análise recente na Harvard Business Review, levanta uma importante reflexão sobre a questão de gênero na estrutura de quem investe no mercado. O estudo de 2016 aponta que apenas 9% dos empreendedores da área de startups – com tecnologias escaláveis, nos Estados Unidos –, são mulheres. Um número que poderia mudar com uma maior presença feminina do lado da mesa de quem faz o mercado acontecer.

Fonte: <https://hbr.org/2016/07/research-the-gender-gap-in-startup-success-disappears-when-women-fund-women>

“Para as empreendedoras mulheres, é importante saber que, receber investimento de um Venture Capital formado totalmente por homens, pode reduzir drasticamente suas chances de ter uma saída bem sucedida.”

“Para os Venture Capitals é importante reconhecer que ter sócias mulheres aumenta as chances do sucesso de investidas lideradas por mulheres.”

HÁ AINDA MUITOS DESAFIOS. MAS, NOS ÚLTIMOS ANOS, CRESCEM OS DIÁLOGOS E MOVIMENTOS PARA DISCUTIR E DIMINUIR ESSE DEFICIT HISTÓRICO DA PARTICIPAÇÃO DAS MULHERES NOS ESPAÇOS DE PODER E SETORES ANTES DOMINADOS PELOS HOMENS.

Organizações e movimentos que empoderam e fomentam a presença feminina em setores tradicionalmente masculinos são importantes vetores para a equidade de gênero no mundo dos negócios.



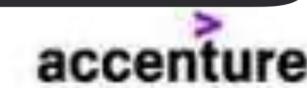
(Foto: Reprodução)

Facebook oferece aulas de programação para mulheres brasileiras



2º Esquenta Hackathon Lady Problems

19 de out de 2016 - 19:00
Auditório IBM



2º Meetup Cloud Girls SP



E ESTUDOS RECENTES ATESTAM QUE UM MELHOR EQUILÍBRIO ENTRE HOMENS E MULHERES NO TIME DAS EMPRESAS GERA MELHORES RESULTADOS TAMBÉM FINANCEIROS.

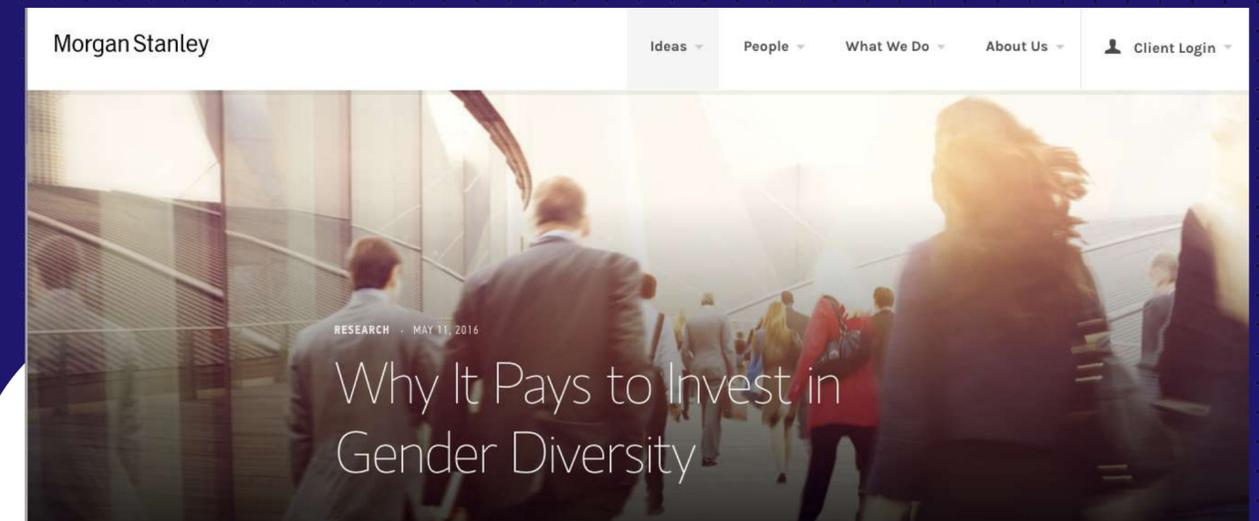
As mulheres impactam de forma positiva na rentabilidade das empresas.



Pesquisa em 91 países aponta que as empresas que aumentaram a presença de mulheres em até 30% em cargos de alta hierarquia viram, em média, um crescimento de 15% na rentabilidade.

Fonte: <https://piie.com/publications/wp/wp16-3.pdf>

Estudo inédito do Morgan Stanley atesta que empresas com um maior equilíbrio de gênero tende a registrar melhor performance de seus números.



Fonte: <https://www.morganstanley.com/ideas/gender-diversity-investment-framework.html>

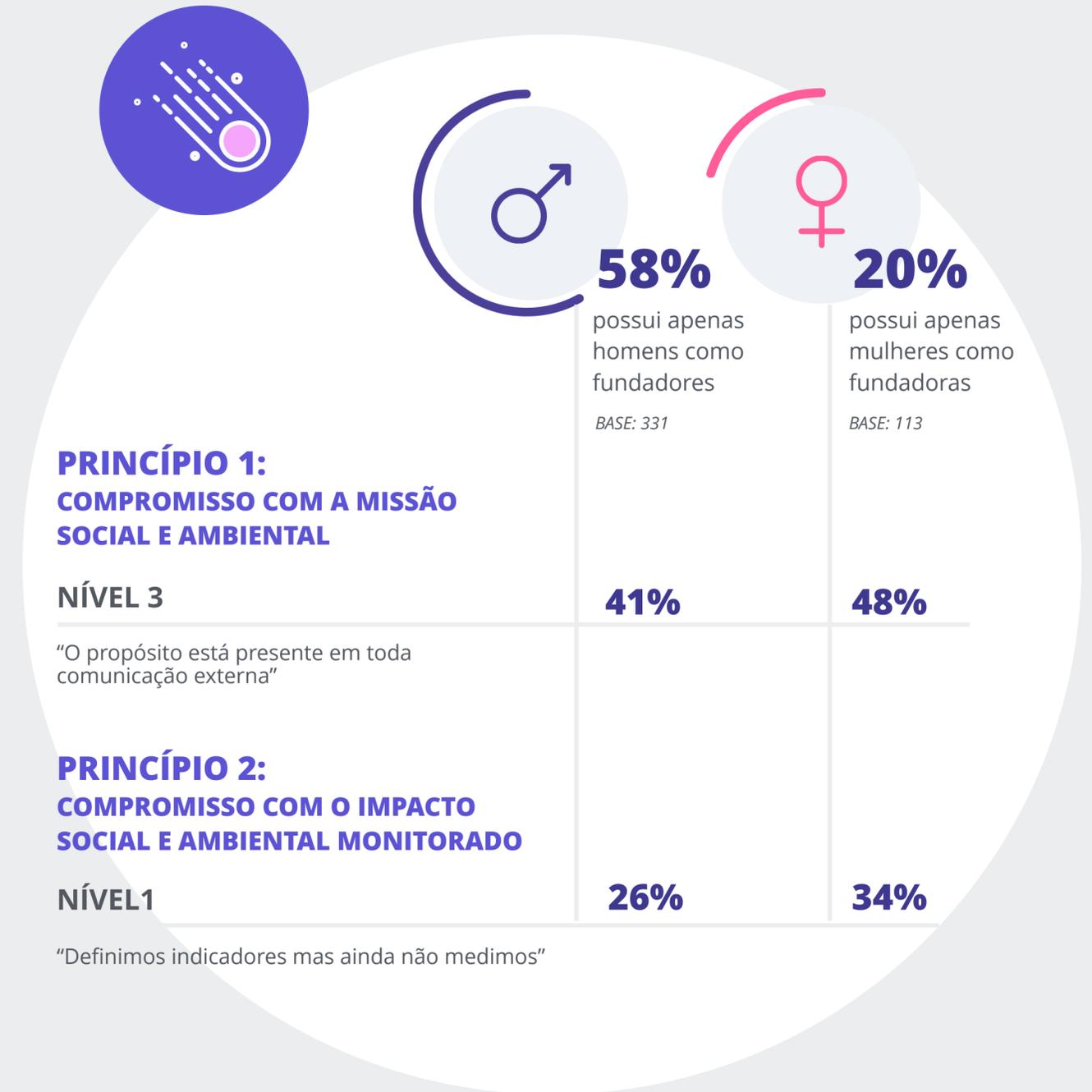


DADOS MAPA

NEGÓCIOS FUNDADOS SÓ POR MULHERES TENDEM A SE COMPROMETER MAIS COM A DEFINIÇÃO E ACOMPANHAMENTO DO IMPACTO

Analisando os resultados para definição e acompanhamento do impacto do negócio, no qual as mulheres estão mais presentes há uma tendência a se comunicar mais e definir indicadores para medição de impacto social e ambiental.

Uma orientação que é a base para a definição e diferenciação de um negócio de impacto aos demais negócios tradicionais no mercado.



A TENDÊNCIA É CLARA E APONTA A OPORTUNIDADE DE SE AMPLIAR O ESPAÇO DE ATUAÇÃO FEMININA DENTRO DO SETOR DE NEGÓCIOS DE IMPACTO.



EPISTEMIC



fundadora **Paula Gomez**, 44 anos

// *Trabalhei em muitas áreas diferentes – Engenharia, Negócios e Finanças – e acho que isso me ajudou a ter uma visão geral do meu projeto, talvez pela experiência, pela idade, pela certeza do que fazemos, não senti essa questão de gênero. Considero que o mundo empreendedor tem menos diferenças em tratamento em relação à mulher que muitos outros. Eu me sinto à vontade fazendo meu trabalho. Não vejo nenhum impedimento. Os impedimentos que ocorrem vêm da própria dificuldade em empreender numa área tão inovadora. //*

FICHA TÉCNICA



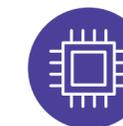
Saúde



Sudeste, SP, São Paulo



Faturamento último ano: não fatura



Big Data, wearable e software



Captando R\$20 milhões para testes clínicos

SOLUÇÃO:

Um dos grandes desafios em lidar com crises epilépticas é saber quando elas vão acontecer. O método Epistemic detecta a ocorrência com 25 minutos de antecedência e informa o paciente que uma crise irá acontecer. Este método, aplicado num dispositivo móvel, melhora a qualidade de vida de pessoas com epilepsia, abrindo portas para uma vida mais autônoma.

UM SETOR INOVADOR E QUE PROMETE TRANSFORMAR A REALIDADE ATUAL GLOBAL, PODE TAMBÉM SAIR À FRENTE NA REPRESENTAÇÃO DE GÊNERO, POTENCIALIZANDO-SE, INCLUSIVE, DA EXPERTISE E DIRECIONAMENTO FEMININO PARA GARANTIR O IMPACTO DO NEGÓCIO.



SO+MA

so+ma

fundadora **Claudia Pires**, 45 anos

FICHA TÉCNICA



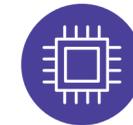
Tecnologias Verdes e Cidadania



Sudeste, RJ, Rio de Janeiro



Faturamento último ano: entre R\$101 e R\$500mil



Plataforma online e App mobile



Está captando

|| *Meu olhar feminino está visando eficiência e a soma de valor para cada ator do processo. Venho da área de negócios e acredito no modelo de negócios de impacto que podem ter lucro ao mesmo tempo que desenvolver a comunidade de baixa renda e gerar impacto positivo. Trabalhando com os líderes comunitários, agregando tecnologia e dados e acreditando que nada vem de graça e que todos devem ganhar nesse processo, estamos conseguindo trabalhar para o desenvolvimento local. **||***

SOLUÇÃO:

Programa de fidelidade gratuito, So+ma Vantagens, que cria novos hábitos e um ambiente empreendedor nas comunidades de baixa-renda, utilizando resíduos como “moeda” de engajamento.



03.

**O ENTENDIMENTO
E UTILIZAÇÃO DE
TECNOLOGIAS INOVADORAS
AINDA É REDUZIDO.**

AO SE QUESTIONAR, EM UMA PERGUNTA ABERTA, A TECNOLOGIA UTILIZADA PELO NEGÓCIO, PERCEBE-SE UM MERCADO AINDA TÍMIDO NO USO DE FERRAMENTAS CAPAZES DE TRAZER MUDANÇAS DISRUPTIVAS NO SETOR E ESCALABILIDADE PARA O IMPACTO DOS NEGÓCIOS.



DADOS MAPA

EM PRIMEIRO LUGAR, PARECE HAVER UM PROBLEMA DE ENTENDIMENTO.

Menções espontâneas, como as detalhadas aqui, exemplificam uma visão ainda pouco estratégica do uso das tecnologias nesse setor. Ainda existe um certo receio de cometer o erro de ver o uso da tecnologia como fim e não como ferramenta, o que é uma discussão extremamente relevante quando se mede impacto socioambiental.

Falta uma visão estratégica do uso da tecnologia, que pode ser fundamental para diminuir custos, levar acesso a serviços para quem não teria condições de ter e, principalmente, escalar as soluções já desenvolvidas pelo negócio, aumentando em muito o poder de impacto. Tecnologia também pode ser um diferencial na hora de comunicar/vender o serviço a clientes e potenciais investidores.

RESPOSTAS ABERTAS À PERGUNTA:

“Quais tecnologias estão por traz do seu negócio e que o fazem mais inovador? (Realidade Virtual, Impressão 3D, Realidade Aumentada, Mobile, Plataforma Adaptativa, Big Data etc.)

“Paradoxo na área de física.”

“Cultura HipHop, música, educação popular e internet.”

“Nossa tecnologia são as pessoas.”

“Nossa tecnologia é social: temos uma metodologia desenvolvida para o processo de cocriação com a comunidade.”

“Metodologia própria de aprendizagem.”

“Inovação em produtos e serviços, capacitação para atendimento das demandas do mercado nacional e internacional.”

“Tecnologia da floresta.”



DADOS MAPA

E TAMBÉM HÁ UM GAP DE REPERTÓRIO.

Ao detalhar a tecnologia ofertada de forma espontânea, há também negócios que falam das ferramentas utilizadas, mencionando, por exemplo, serviços e linguagens de programação mais usados.

O que chama atenção nessas respostas é a compreensão dessas tecnologias como soluções finais. Talvez por falta de informação ou por não alinhamento de comunicação, eles não definam as tecnologias desenvolvidas para viabilidade ou escala de seus serviços e produtos ofertados ao mercado; se atentem mais para o descritivo de serviços/produtos prontos, contratados pelo negócio.

MENÇÕES PARA FRONT-END TECH:

HTML, HTML5, CSS, Django

MENÇÕES PARA SERVIÇOS DATABASE E HOSPEDAGEM:

My SQL, PostgreSQL, Amazon S3, Redis, Azure, AWS e Heroku

MENÇÕES PARA APIS:

Facebook API, LinkedIn API, Twitter API

A BOA NOTÍCIA ATÉ AQUI, É QUE OS SERVIÇOS DE INFRAESTRUTURA UTILIZADOS NO BRASIL SE EQUIPARAM À RÉGUA INTERNACIONAL.

ANALISANDO OS SERVIÇOS UTILIZADOS POR ESSES NEGÓCIOS, VEMOS UMA AMOSTRA ALINHADA AOS PADRÕES DE STARTUPS PELO MUNDO, COMO MOSTRAM PESQUISAS NAS BASES DE PLATAFORMAS COMO O ANGELIST E CRUNCHBASE.

São tecnologias eficientes e baratas, com mão de obra qualificada no país (principalmente PHP), o que é importante para a sustentabilidade dos negócios. É interessante notar também o uso de linguagens e frameworks livres, com um forte apelo colaborativo (PHP, Python).



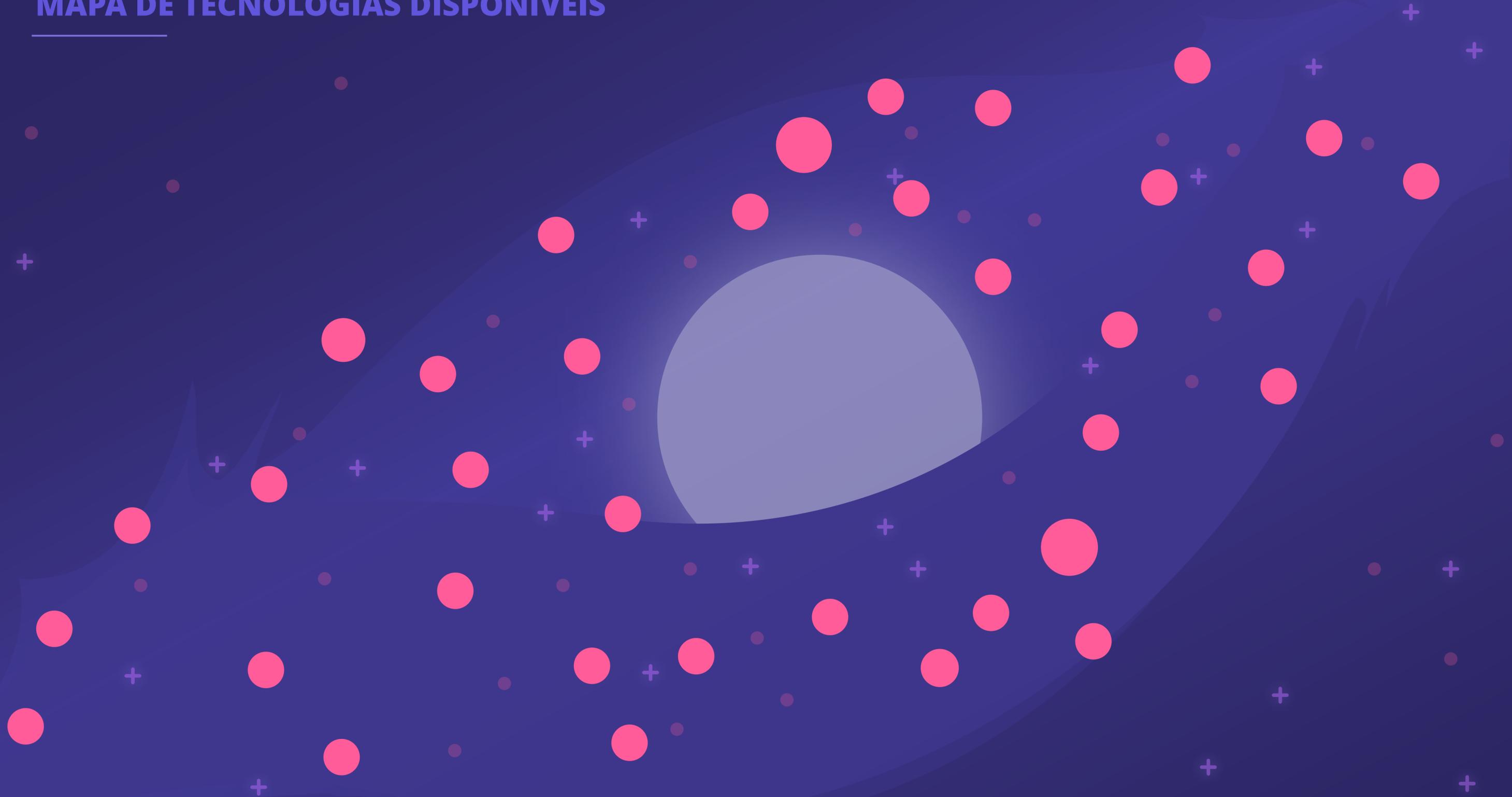
“Temos percebido, nos cadastros da Plataforma EduTec, que os empreendedores têm certa dificuldade em descrever seu produto/serviço, a tecnologia que oferecem como diferencial e, até mesmo, a sua finalidade para que ajudem o usuário ou cliente a entender como aquilo pode resolver seu problema. Quando explicando suas tecnologias, eles tendem a focar nas características do produto, serviços contratados, e termos técnicos mais específicos e, com isso, as necessidades dos usuários ficam sem uma resposta clara.”

Mairum Ceoldo Andrade
Superintendente de Tecnologia - CIEB

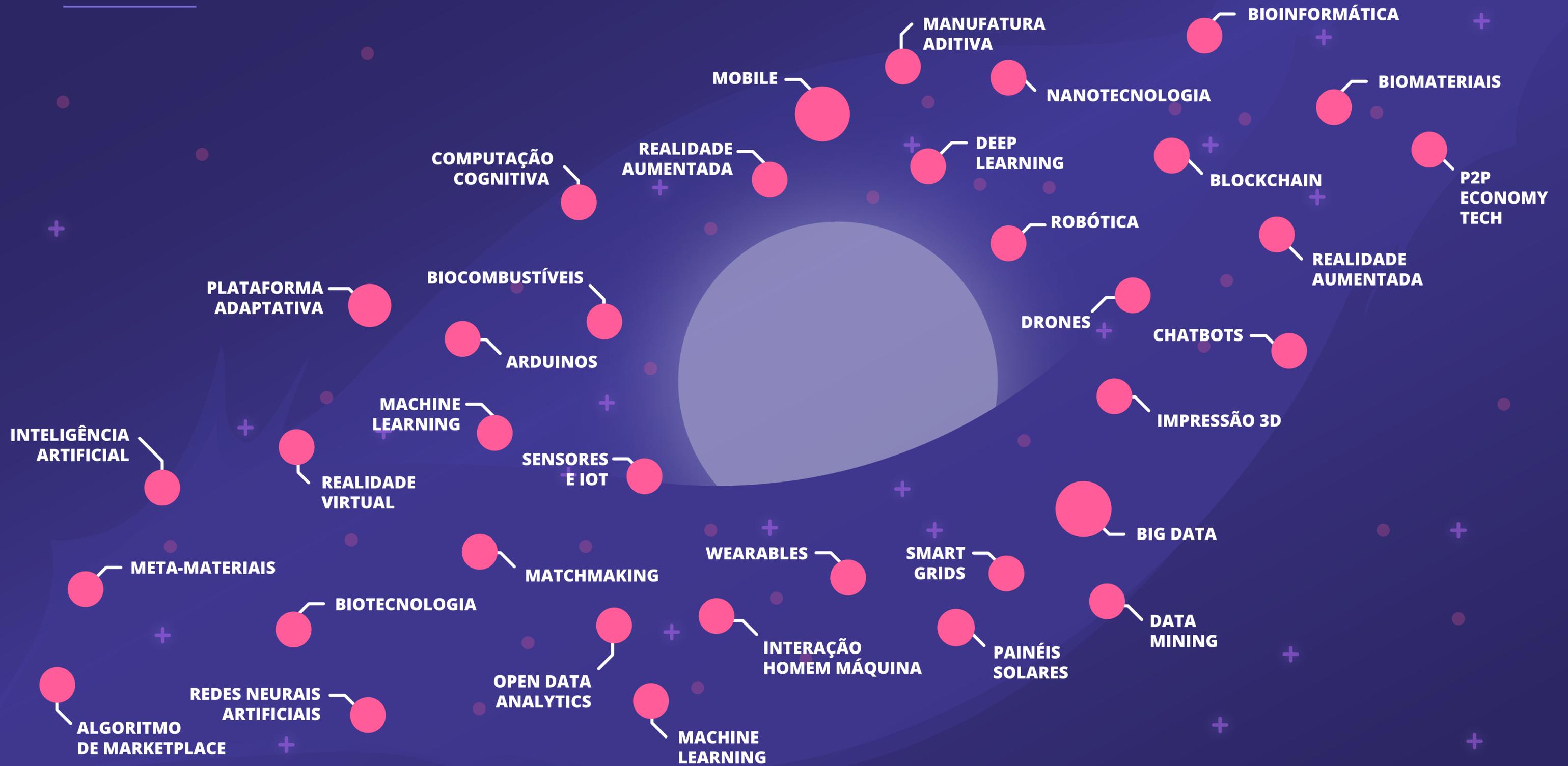
MESMO EXISTINDO NO BRASIL O ACESSO A UMA INFRAESTRUTURA DE QUALIDADE, VEMOS UMA OPORTUNIDADE CLARA DE LEVAR MAIS INFORMAÇÃO SOBRE O POTENCIAL DE TECNOLOGIAS EMERGENTES NA CONSTRUÇÃO DA SOLUÇÃO. ASSIM COMO, A APROXIMAÇÃO DO ECOSSISTEMA DE NEGÓCIOS DE IMPACTO DE POLOS DE ALTA TECNOLOGIA EXISTENTES NO PAÍS.

A SEGUIR, VEMOS UM MAPA ATUAL DE TECNOLOGIAS EMERGENTES DISPONÍVEIS EM STARTUPS BRASILEIRAS E EM NEGÓCIOS EM GERAL PELO MUNDO.

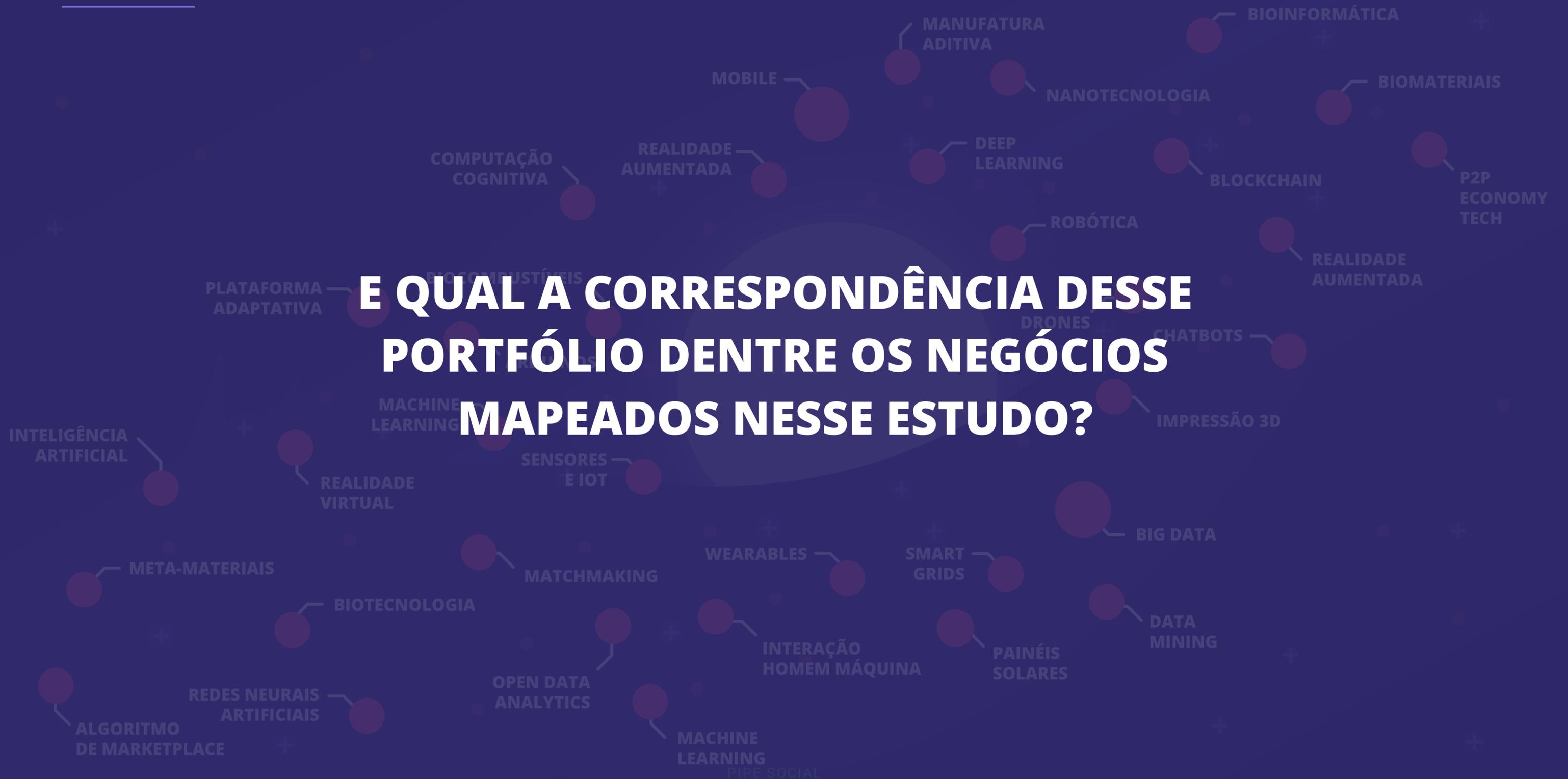
MAPA DE TECNOLOGIAS DISPONÍVEIS



MAPA DE TECNOLOGIAS DISPONÍVEIS



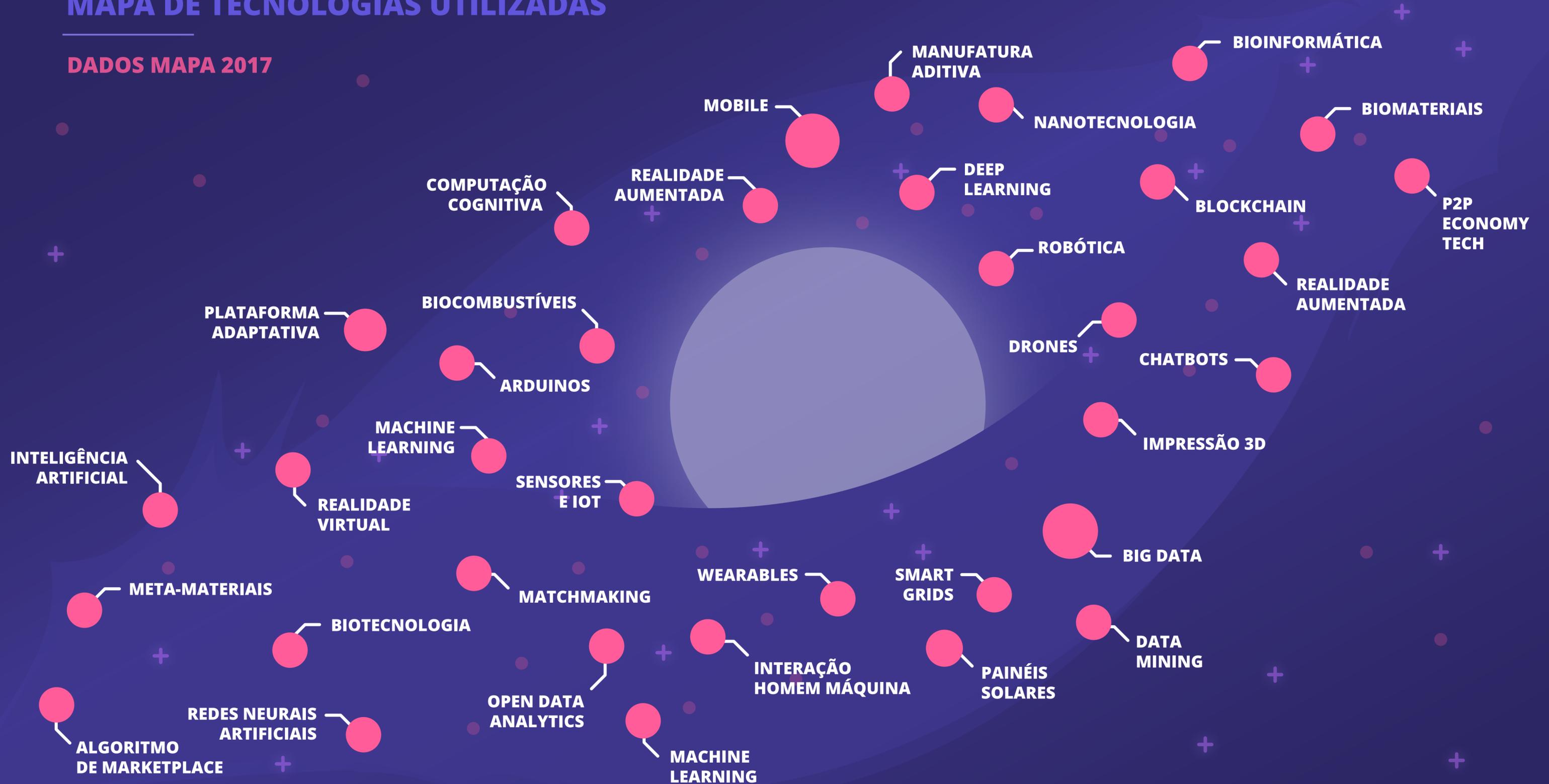
MAPA DE TECNOLOGIAS DISPONÍVEIS



E QUAL A CORRESPONDÊNCIA DESSE PORTFÓLIO DENTRE OS NEGÓCIOS MAPEADOS NESSE ESTUDO?

MAPA DE TECNOLOGIAS UTILIZADAS

DADOS MAPA 2017



MAPA DE TECNOLOGIAS UTILIZADAS

DADOS MAPA 2017

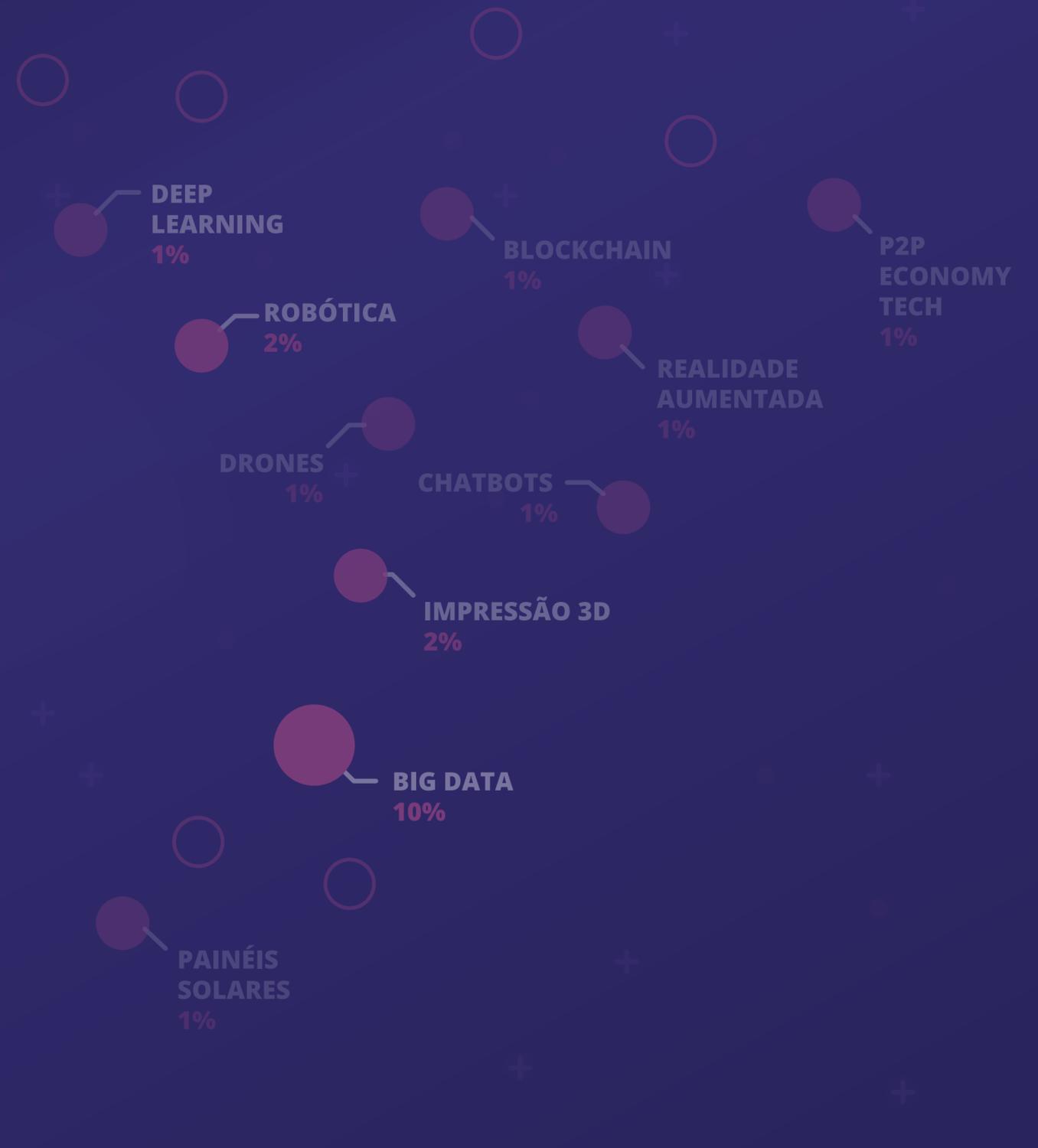


MAPA DE TECNOLOGIAS UTILIZADAS

DADOS MAPA 2017

DENTRE OS NEGÓCIOS MAPEADOS NESSE ESTUDO, EXISTE AINDA POUCAS MENÇÕES A TECNOLOGIAS EMERGENTES COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO.

APENAS 2 EM CADA 10 NEGÓCIOS MENCIONAM INOVAÇÕES JÁ AMPLAMENTE UTILIZADAS EM OUTROS LUGARES DO GLOBO E NO PRÓPRIO MERCADO DE TECNOLOGIA NO BRASIL





STATTUS4



cofundadora **Marília Oliveira**, 32 anos

FICHA TÉCNICA



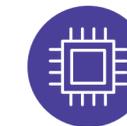
Tecnologias Verdes



Sudeste, SP,
São Paulo



Faturamento último
ano: não fatura



Internet das coisas e
inteligência artificial



Dois rodadas
de investimento-anjo

“ Já trabalhávamos na área e sabíamos desse desafio dos vazamentos, por isso, tivemos a ideia de colocar sensores nos hidrômetros que captassem as vibrações. Esses dados vão para a nuvem e são analisados por algoritmos que nos dizem onde estão os vazamentos. O que mais fez a diferença para chegar na tecnologia, foi unir os pontos: a demanda de mercado com soluções viáveis. Além da busca de parceiros no ecossistema, como pesquisadores, editais e incubações. ”

SOLUÇÃO:

Inseridos no contexto de cidades inteligentes, a Status4 trabalha com detecção automática de vazamento de água potável na rede de distribuição, utilizando técnicas de internet das coisas e inteligência artificial.



CÃO-GUIA ROBÔ - LYSA



cofundadora **Neide Sellin**, 37 anos

// *Sou formada em ciências da computação e sempre achei que a tecnologia deveria melhorar o mundo. Meus alunos de robótica da periferia me sugeriram, certa vez, criar um cão robô para deficientes visuais. Quando fui pesquisar e descobri que um cão guia custava em média 50mil e que os cegos sofriam muito com obstáculos aéreos, fiquei desafiada. Com a tecnologia soluciono alguns dos problemas de uso dos cães tradicionais e ainda baixamos muito o preço, tornando a solução mais acessível. **//***

FICHA TÉCNICA



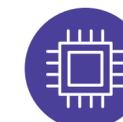
Cidadania



Sudeste, ES,
Serra



Faturamento último ano:
entre R\$101mil e R\$500mil



Robótica



Buscando investimento

SOLUÇÃO:

O cão-guia robô LYSA é pensado para colaborar com os deficientes visuais de maneira mais assertiva, prática e econômica. O robô conta com a tecnologia para desviar de obstáculos aéreos e terrestres e comunica por voz os desafios ao usuário.

**O SETOR PODE E PRECISA EVOLUIR PARA
UMA VISÃO DAS TECNOLOGIAS COMO
SOLUÇÕES PARA A ESCALABILIDADE E
SUSTENTABILIDADE DOS NEGÓCIOS.**

MAS, COMO FAZER ISSO?

UMA OPORTUNIDADE ESTÁ EM OBSERVAR O QUE FUNCIONA EM OUTROS PAÍSES - OU EM STARTUPS NO BRASIL - E REPLICAR ESSAS SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS COMO INSPIRAÇÃO E ATALHOS PARA NEGÓCIOS DE IMPACTO.

A prática já é conhecida do universo de startups: a busca por inovações bem-sucedidas em outras praças ou verticais e que enderecem problemas similares, já fez negócios virarem no país. Observando o volume de tecnologias ainda não aproveitadas ou pouco aproveitadas por negócios de impacto, apresentamos esse resultado como o início de uma pesquisa de mercado e ferramentas que possam inspirar soluções.



COSOL



fundador **Csaba Sulyok**, 39 anos

// O desafio tecnológico é pequeno porque essas tecnologias como solar, biomassa e eólica são maduras e tradicionais e já se provaram. O mesmo com marketplace. O desafio para nós é mais cultural, o brasileiro é desconfiado com novidade e ainda percebe essas tecnologias como novidade, mesmo não sendo. Temos um desafio de educar sobre as tecnologias e explicar que as leis existem nesse setor e que é possível fazer. Existe muita desconfiança, como estrangeiro vejo isso, desconfiança nas pessoas, no governo que muda as leis... estamos lutando com isso e conseguindo. Hoje estamos com mil clientes na pré-reserva. **//**

FICHA TÉCNICA



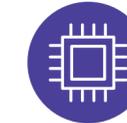
Tecnologias Verdes



Nordeste, BA, Salvador
Sudeste, SP, São Paulo



Faturamento último ano: não fatura



Biomassa, painéis solares e energia eólica



Captando R\$1 milhão para a startup e entre R\$5 e R\$25 milhões para usinas

SOLUÇÃO:

Marketplace para geração de energia distribuída: conectando consumidores de energia com investidores para construir usinas solares compartilhadas com geração remota. A Cosol dobra a eficiência econômica via escala, radiação e dispositivo tracker (rastreador solar giratório que acompanha a rotação do sol).



04.

APESAR DE MUITOS NEGÓCIOS REGISTRAREM RESULTADOS IMPORTANTES, MEDIR O IMPACTO ALCANÇADO AINDA É TAREFA COMPLEXA.

**CRITÉRIOS NORTEADORES PARA NEGÓCIOS DE IMPACTO UTILIZADOS NESSE MAPEAMENTO DO SETOR*

CARTA DE PRINCÍPIOS PARA NEGÓCIOS DE IMPACTO NO BRASIL

Construído pelas principais lideranças do setor, o documento visa estabelecer critérios para conceituar e parametrizar os Negócios de Impacto.

Uma definição que dá luz a atributos únicos desse tipo de empreendimento, em relação aos negócios tradicionais estabelecidos e também direciona os empreendedores ao encontro dos valores desse setor.

Nos próximos *charts* vemos o grau de adoção dos quatro Princípios estipulados na Carta pelos negócios mapeados nesse estudo e refletimos sobre a relevância de comprovação do impacto gerado.

Para informações sobre a Carta de Princípios, acesse:
http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Carta_Principios.pdf



DADOS MAPA

OS NEGÓCIOS MAPEADOS NESSE ESTUDO MOSTRAM-SE COMPROMETIDOS COM SUA MISSÃO SOCIAL E AMBIENTAL E COM UM MODELO OPERACIONAL DE SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA.

Existe uma formalização dos negócios a respeito da sua orientação ao impacto e a uma atividade econômica sustentável. O próximo passo é sistematizar processos de acompanhamento e **EVOLUIR PARA UMA GOVERNANÇA MAIS EFETIVA.**





Apesar do forte crescimento do interesse pelo campo, os negócios precisam se comprometer com o entendimento e mensuração do seu impacto, e ainda há um longo caminho a percorrer para integrar essas considerações no dia-a-dia dos negócios mapeados. //

Leonardo Letelier
CEO SITAWI Finanças do Bem
Diretoria Executiva da Força Tarefa Brasileira de Finanças Sociais



DADOS MAPA

#PRINCÍPIO 1: COMPROMISSO COM A MISSÃO SOCIAL E AMBIENTAL

Em seus documentos legais e de comunicação (interna e externa), todo Negócio de Impacto deve explicitar o compromisso com sua missão social e/ou ambiental como parte de seu objetivo central.

Além disso, deve evidenciar como suas operações, produtos e serviços irão, continuamente, gerar impacto social e/ou ambiental positivo.

Os Negócios de Impacto podem adotar níveis distintos de formalização de sua missão socioambiental.





DADOS MAPA

A MAIORIA DOS NEGÓCIOS JÁ TEM DEFINIDA SEU PROPÓSITO DE IMPACTO

Quase metade dos negócios mapeados encontram-se no 3º nível de compromisso com sua missão social e ambiental, já respondendo aos esforços do ecossistema nos últimos anos em fortalecer essa temática. Destacam-se as áreas de tecnologias verdes, finanças sociais e cidades, negócios nas fases de organização de negócio (48%) e escala (51%) e negócios que faturaram até R\$50mil no último ano (55%).

Se ainda somarmos os negócios no 1º e 2º estágios desse compromisso, temos **60% da base total comprometida com a formalização de sua missão social e ambiental.**

*BASES ANALISADAS:
FASE ORGANIZAÇÃO DO NEGÓCIO (105) / FASE ESCALA (76) / NEGÓCIOS COM FATURAMENTO ATÉ 50MIL (132)



#PRINCÍPIO 1: COMPROMISSO COM A MISSÃO SOCIAL E AMBIENTAL





DADOS MAPA

MAS ESSA É UMA DEFINIÇÃO QUE AINDA DESAFIA A MUITOS NEGÓCIOS

Não há menções para a opção de resposta *“Não achamos necessário sinalizar o propósito de impacto socioambiental do negócio”*, comprovando a conscientização das organizações nessa formalização.

Porém, ainda há **4 em cada 10 negócios que não sabe responder à pergunta ou explicitar corretamente seu propósito de impacto**. Essa dificuldade é mais percebida junto a negócios de educação e quem tende a estar em fase de ideação (48%).

*BASES ANALISADAS:
FASE IDEAÇÃO (46)



#PRINCÍPIO 1: COMPROMISSO COM A MISSÃO SOCIAL E AMBIENTAL



38%
EDUCAÇÃO
‘NÃO SABEM RESPONDER’

BASE: 291

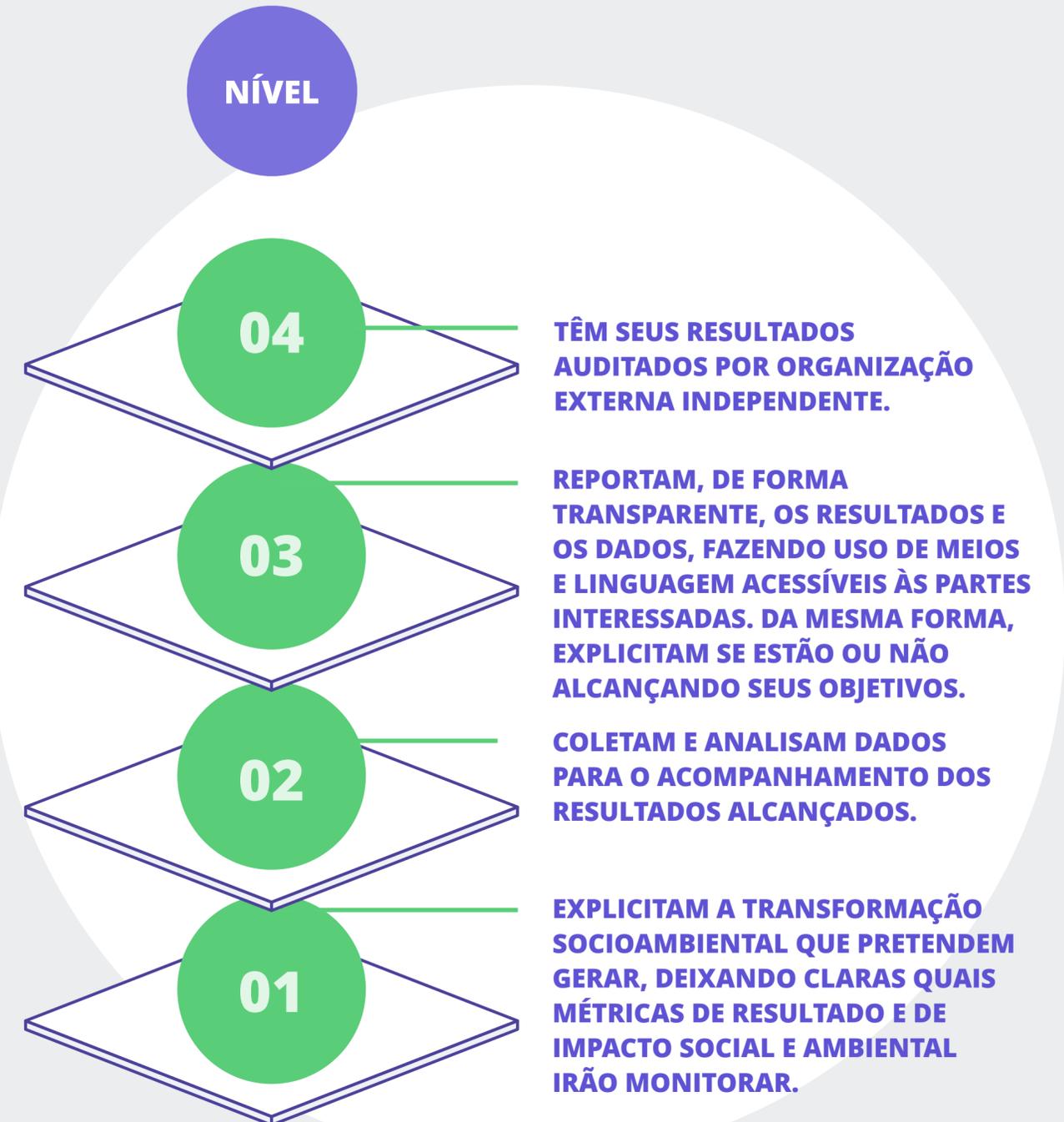


DADOS MAPA

#PRINCÍPIO 2: COMPROMISSO COM O IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL MONITORADO

Os Negócios de Impacto precisam ter sua Teoria de Mudança explícita, monitorada e reportada periodicamente.

Para tanto, de forma rotineira, tais empreendimentos:





DADOS MAPA

O ACOMPANHAMENTO DO IMPACTO GERADO AINDA É UM GRANDE DESAFIO

Dos negócios com algum esforço para medir seu impacto (41% no total), a maioria (28%) encontra-se apenas no primeiro nível deste compromisso.

Destacam-se a vertical de finanças sociais, quem está na fase de organização de negócio (40%) e negócios fundados só por mulheres (34%).

*BASES ANALISADAS:
ETAPA DE ORGANIZAÇÃO DO NEGÓCIO (105) / NEGÓCIOS FUNDADOS SÓ POR MULHERES (113)



#PRINCÍPIO 2: COMPROMISSO COM O IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL MONITORADO





DADOS MAPA

MAIS DA METADE DOS NEGÓCIOS NÃO ESTÁ MONITORANDO SEU IMPACTO

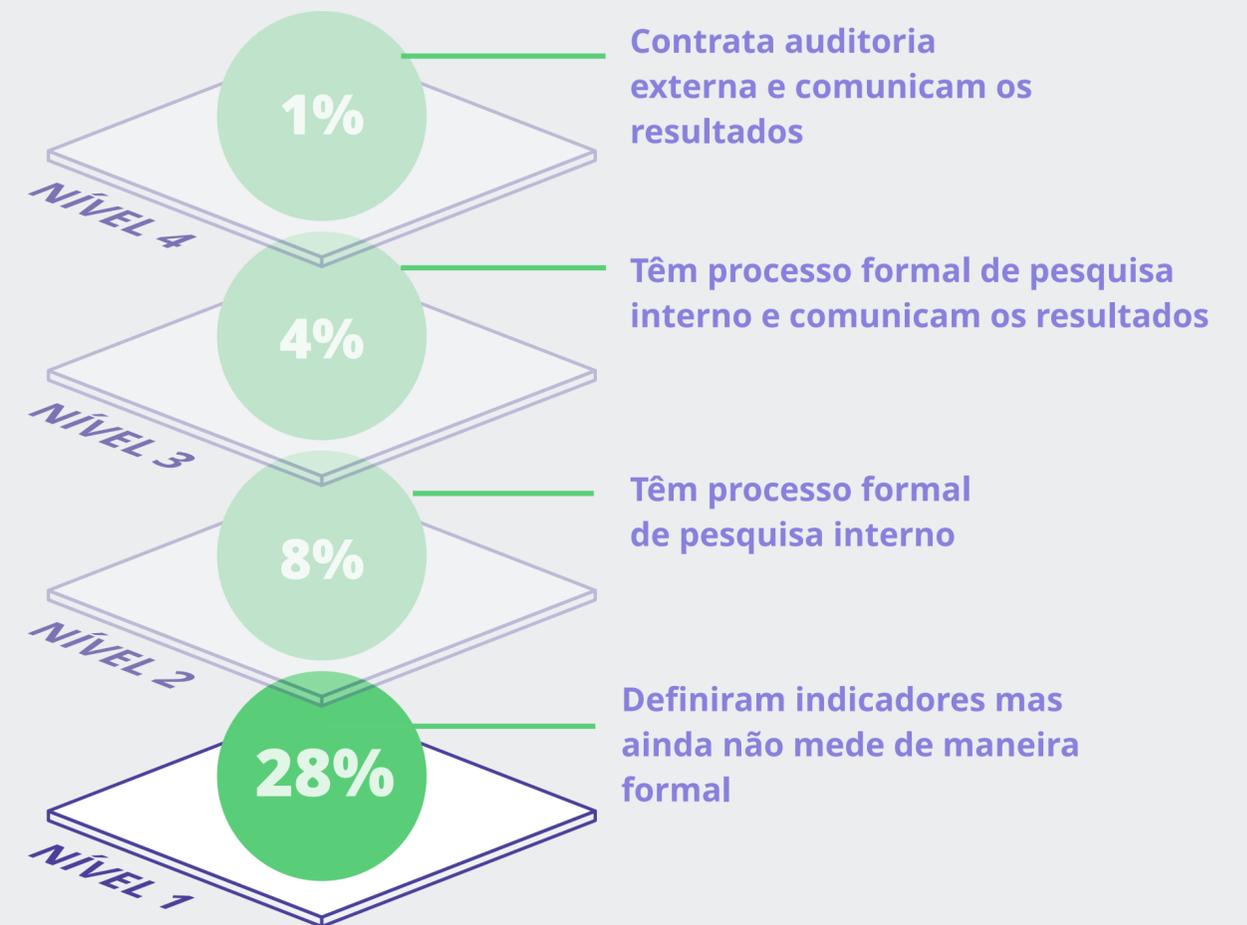
1 em cada 3 negócios ainda não definiu métricas para acompanhar seu impacto, com destaque para negócios em saúde (41%); negócios não formalizados (42%); e negócios em fase de piloto (42%).

Mas, o dado que explicita o desafio do tema mostra que 28% de todos os negócios mapeados não consideram necessário esse monitoramento, principalmente dentro da vertical de educação (40%). O que talvez explica o dado em educação é uma área no qual o impacto é tido como garantido e, bem mais complexo de se medir.

*BASES ANALISADAS:
VERTICAL SAÚDE (111) / NEGÓCIOS NÃO FORMALIZADOS (104) / ETAPA DE PILOTO (52)



#PRINCÍPIO 2: COMPROMISSO COM O IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL MONITORADO



31% Ainda não definiram indicadores de impacto para medição

28% NÃO ACHAM NECESSÁRIO medir ou acompanhar seu impacto



40% EDUCAÇÃO 'NÃO ACHAM NECESSÁRIO MEDIR'

BASE: 291



AGROSMART



cofundadora **Mariana Vasconcelos**, 25 anos

FICHA TÉCNICA



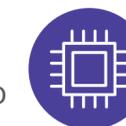
Tecnologias Verdes



Sudeste, SP,
Campinas



Faturamento último ano:
entre R\$501 mil e R\$1 milhão



Sensores,
Big Data e IoT



Captando segunda
rodada de R\$10 milhões

|| *Estamos reduzindo, nas plantações, 60% do uso de água, 40% do uso de energia. Em contrapartida, estamos aumentando em até 20% a produtividade, levando informação e dados para o produtor. Indiretamente, você causa menos doenças usando a água de maneira correta e entendendo as condições ambientais antes de qualquer aplicação - o que, diminui riscos de contaminação no uso de agrotóxicos. ||*

SOLUÇÃO:

A Agrosmart acredita em um modo mais sustentável de produção, na melhoria da vida das pessoas no campo ao buscar sempre um modo mais inteligente de fazer as coisas. Por isso, criou um modo de cultivo inteligente, conectando o agricultor a sua plantação. Ao monitorar mais de 10 variáveis ambientais gera informações relevantes que auxiliam em uma melhor tomada de decisão e gestão do agronegócio em relação a irrigação, doenças e pragas.



DADOS MAPA

#PRINCÍPIO 3: COMPROMISSO COM A LÓGICA ECONÔMICA

Os Negócios de Impacto têm de atuar com base em um modelo de operação comercial voltado à sustentabilidade financeira. Isso deve ocorrer, principalmente, por meio de receitas oriundas de produtos e serviços. Essa característica permite alavancar soluções sociais e ambientais a partir de soluções de mercado, economicamente viáveis e escaláveis no longo prazo.

Independentemente do tamanho, da localização e das características operacionais e comerciais, os Negócios de Impacto podem, inicialmente, utilizar recursos filantrópicos ou subsidiados, essenciais para o alcance de seu equilíbrio financeiro de curto e médio prazos.

Entretanto, devem também demonstrar em seus planos de negócios e nos relatórios de resultados subsequentes a capacidade para desenvolver atividades econômicas sustentáveis por meio, por exemplo, da atração de investidores e de contratos comerciais de maior porte e duração.

Os níveis a seguir descrevem os estágios de aderência à lógica econômica proposta.





DADOS MAPA

METADE DA BASE MAPEADA DECLARA TER ALCANÇADO SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA

Um em cada 2 negócios se enquadra no nível avançado desse princípio, declarando como principal receita a venda de produtos/serviços próprios. Essa base é ainda maior dentro da vertical de tecnologias verdes; e de negócios em fase de escala (65%).

Nos níveis 2 e 3 desse princípio são apenas 6% que ainda dependem de filantropia para cobrir até 50% dos custos operacionais. A outra metade da base declara ainda não gerar receita (48%) de nenhum tipo.

*BASES ANALISADAS:
ETAPA DE ESCALA (76)

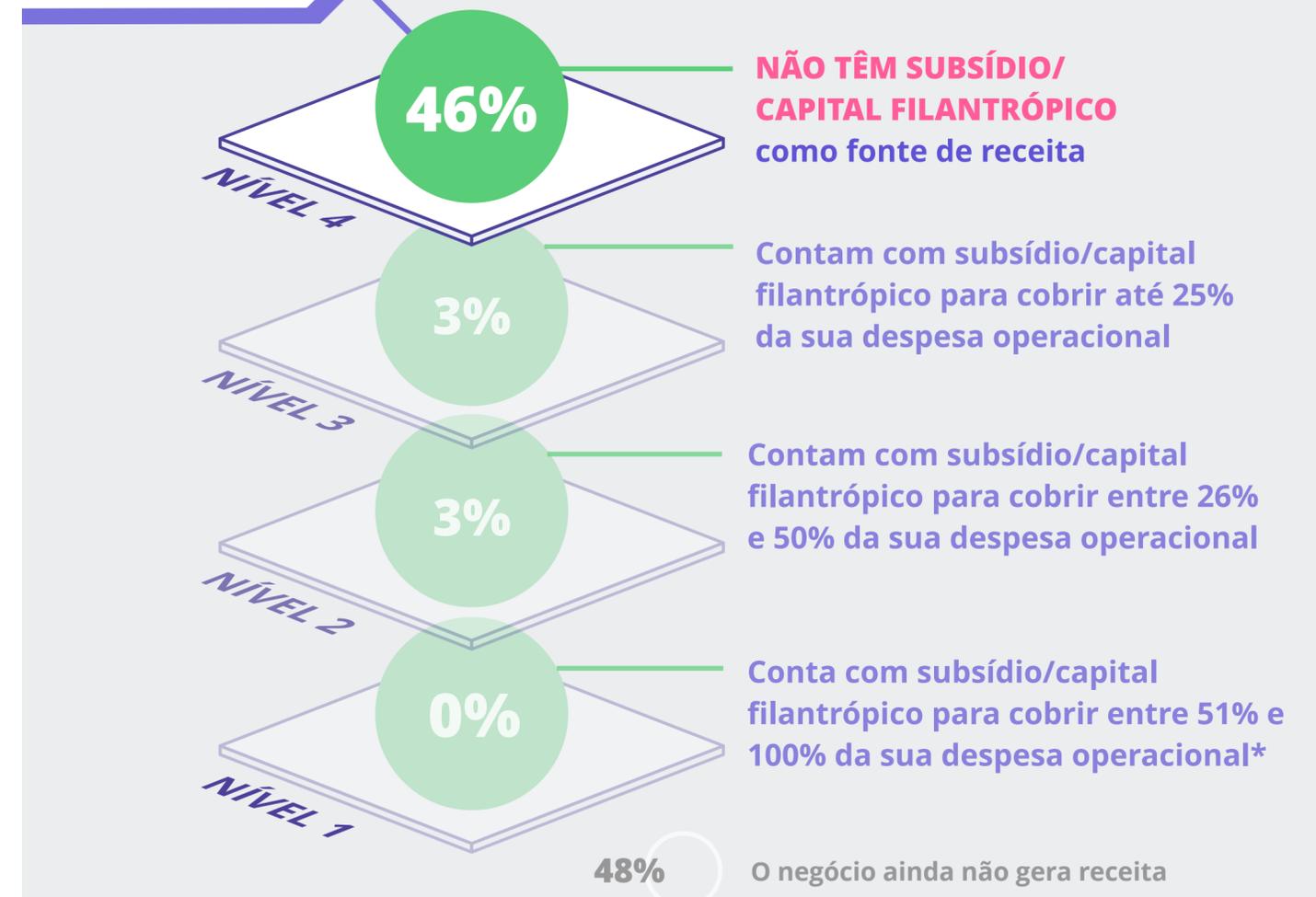


#PRINCÍPIO 3: COMPROMISSO COM A LÓGICA ECONÔMICA

 60%

TECNOLOGIAS
VERDES

BASE: 176



*Organizações com mais de 50% de dependência de filantropia foram excluídas da amostra analisada



SUMÁ



cofundador **Alexandre de Avila Leripio**, 48 anos

// Temos uma teoria da mudança com os indicadores de impacto que estamos a começando a monitorar. Sabemos que isso é importante para valuation. Mas nossa maior meta de impacto é aumentar a receita desse produtor familiar. No nosso protótipo conseguimos remunerar os agricultor 100% e reduzimos o custo do comprador em 30% só encurtando a cadeia, tirando três intermediários. **//**

FICHA TÉCNICA



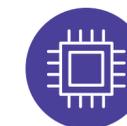
Tecnologias Verdes



Sul, SC,
Balneário
Camburiú



Faturamento último ano:
entre R\$51 e R\$ 100mil



App Mobile
(web e offline)
e Big Data



Não está captando

SOLUÇÃO:

O Sumá é uma plataforma web/mobile/offline que realiza curadoria e conecta diretamente agricultores familiares com compradores, encurtando a cadeia de produção de alimentos.



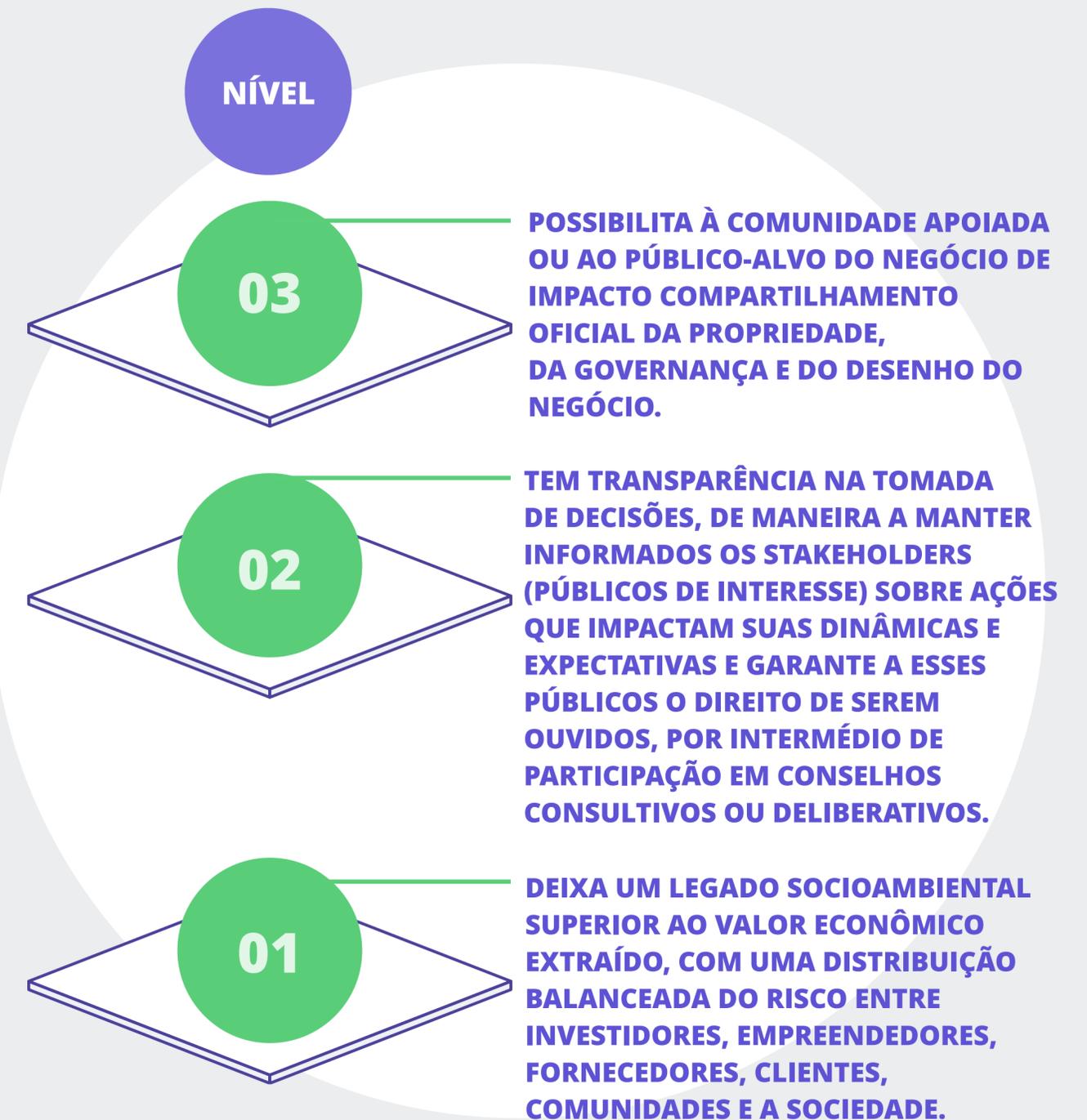
DADOS MAPA

#PRINCÍPIO 4: COMPROMISSO COM A GOVERNANÇA EFETIVA

Os Negócios de Impacto consideram os demais atores do ecossistema como parte fundamental do próprio desenvolvimento.

Uma estrutura de governança efetiva é a chave para a evolução das estratégias e para a implementação de ações que possibilitem atingir os objetivos institucionais.

Para tanto, o modelo de governança:





DADOS MAPA

ANÁLISES MAIS COMPLEXAS DO IMPACTO GERADO SÃO REALIZADAS POR UMA MINORIA

Dentro da temática desafiadora do acompanhamento do impacto gerado, a análise do legado deixado na comunidade é também um cálculo complexo que poucos negócios fazem.

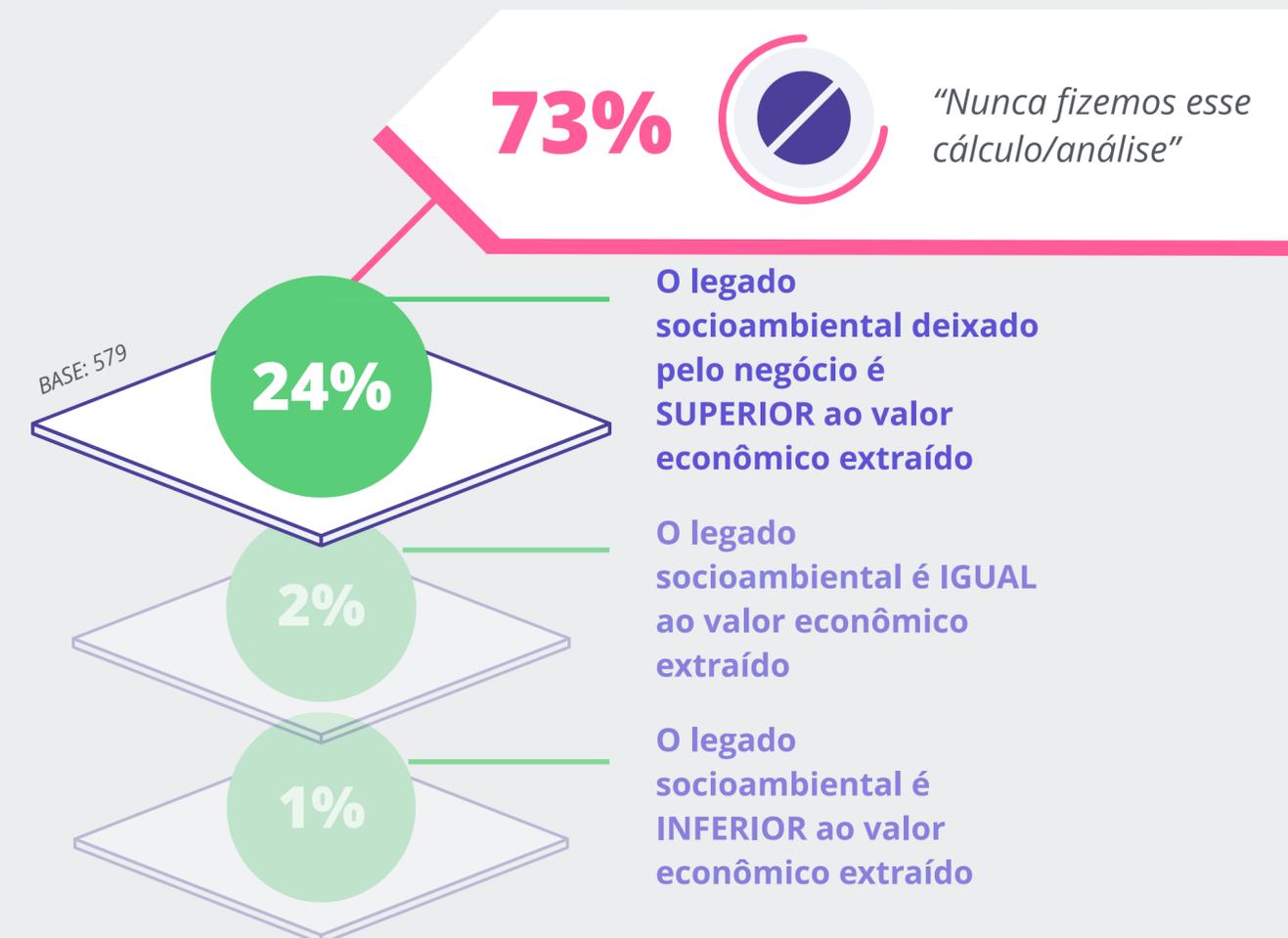
São apenas 2 em cada 10 negócios que declaram que seu legado é superior ao valor econômico extraído da relação de compra; um balanço que ganha destaque dentro das verticais de Finanças Sociais (37%) e Tecnologias Verdes (35%); e dentro dos negócios em fase de escala (36%).

*BASES ANALISADAS:
VERTICAL FINANÇAS SOCIAIS (90) / VERTICAL TECNOLOGIAS VERDES (176) / ETAPA DE ESCALA (76)



#PRINCÍPIO 4: COMPROMISSO COM A GOVERNANÇA EFETIVA

Qual o balanço entre o legado socioambiental que seu negócio de impacto deixa na comunidade e o valor econômico extraído da relação de compra?





DADOS MAPA

O MODELO DE GOVERNANÇA TAMBÉM É UM TEMA QUE PRECISA EVOLUIR

A comunidade participa muito pouco das decisões dos negócios mapeados nesse estudo. Contudo, apesar de não participar da gestão, ela encontra abertura para ser ouvida dentro de quase metade dos negócios; a disponibilidade é ainda maior dentro da vertical de Finanças Sociais (59%).

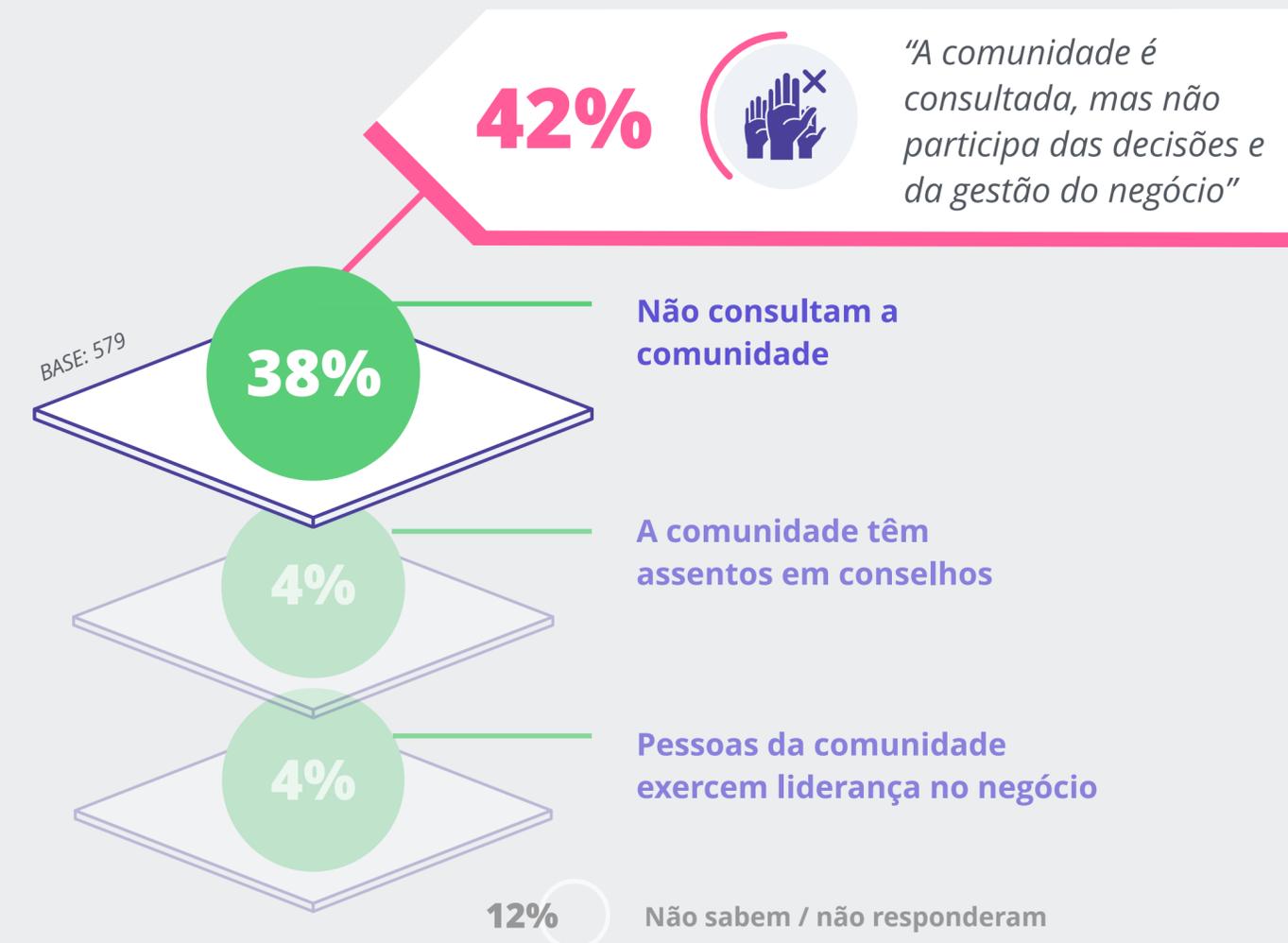
Negócios que declaram uma participação mais efetiva da comunidade - onde ela ocupa cargos de diretoria, assentos em conselhos ou comitês formais -, correspondem a apenas 8% da base total.

*BASES ANALISADAS:
VERTICAL FINANÇAS SOCIAIS (90)



#PRINCÍPIO 4: COMPROMISSO COM A GOVERNANÇA EFETIVA

Pensando no envolvimento da comunidade na gestão do seu negócio de impacto você diria que:





MURANO



cofundador **Nilton Leme**, 59 anos
cofundadora **Dora Murano**, 54 anos

CASE - IMPACTO

// A medição de impacto vem sendo feita ao longo de todo o processo de implantação da plataforma pela Move Social e tem sido fundamental para fornecer dados para a tomada de decisão, tanto de escolha dos locais da intervenção, quanto das melhores estratégias para o projeto. **//**

FICHA TÉCNICA



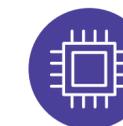
Educação



Sudeste, SP,
São Paulo



Faturamento último ano:
entre R\$101e R\$500mil



Plataforma
educacional



Está captando

SOLUÇÃO:

Feita sob medida para a EMEF Desembargador Amorim Lima, a plataforma educacional é baseada no modelo pedagógico inovador da escola. A solução consiste em um sistema de gestão, recursos pedagógicos e organização de processos.

São muitos os desafios, mas também
são boas as oportunidades!

É preciso buscar forças e possibilidades latentes para
fomentar o desenvolvimento do setor no país.

OVERVIEW DE OPORTUNIDADES

01



01. INVESTIMENTO

AUMENTO DA OFERTA DE INVESTIMENTOS/CRÉDITO NAS ETAPAS INICIAIS DA JORNADA, PARA AUMENTAR O VOLUME DE NEGÓCIOS ESCALÁVEIS EM MÉDIO E LONGO PRAZOS.

02



02. GÊNERO

OS INVESTIDORES DEVEM OLHAR PARA AS MULHERES EMPREENDEDORAS COMO BOAS OPÇÕES DE INVESTIMENTO QUANDO SE FALA EM RENTABILIDADE E IMPACTO.

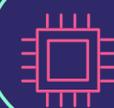
04



04. IMPACTO

FACILITAR E BARATEAR A MEDIÇÃO DE IMPACTO E MELHORAR A COMUNICAÇÃO DO CONCEITO.

03



03. TECNOLOGIA

HÁ AINDA UM MAR DE OPÇÕES PARA SE INSPIRAR E ADOTAR NOVAS SOLUÇÕES DE TECNOLOGIA QUE GARANTAM ESCALA.

“ O setor de negócios de impacto vem crescendo e se desenvolvendo nos últimos anos. Cada vez mais vemos jovens se graduando na universidade com o desejo de trabalhar na área, pessoas em transição de carreira que começam a empreender ou atuar como mentores, aceleradoras e incubadoras iniciando programas especificamente para estes negócios, fundos de investimento focando no segmento, empresas desejando se aproximar da temática para trazer sua contribuição para uma realidade melhor. A ideia de unificar a geração de lucro e de impacto positivo, tendo empresas como veículos de transformação, já não é mais absurda para muitos. Ainda assim, enfrentamos o desafio da pouca informação acerca destes negócios. Que possamos continuar a construir casos de sucesso para o setor - e que a Pipe traga a merecida visibilidade para eles, mostrando que o setor não é mais uma possibilidade, mas já é uma realidade. ”

Anna de Souza Aranha
Gestora do Quintessa

“ O resultado final desse MAPA traz muito otimismo para quem trabalha com o tema de negócios de impacto social no Brasil. Ele demonstra um mercado em franca evolução. Seria quase inimaginável, há alguns anos, pensar nessa quantidade de negócios voltados para impacto e já recebendo apoio de diversas fontes de financiamento para apoiar seu crescimento. Ainda estamos nos dias iniciais desse movimento, mas os sinais já são muito positivos. Os resultados estão aqui para serem vistos. ”

Daniel Izzo
Cofundador e CEO Vox Capital

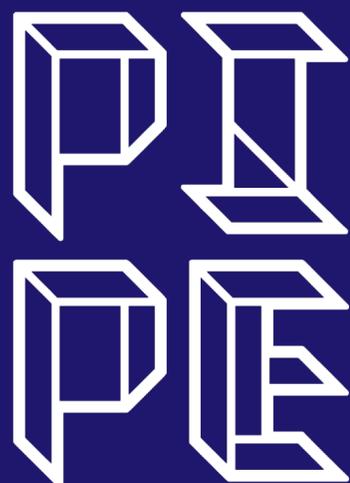


NÚMEROS POR ÁREA DE IMPACTO

(ARQUIVO ANEXO)

Mapa de Impacto
03 | Verticais

Realização



• **SOCIAL**

Assessoria de imprensa



EQUIPE

Coordenação & Análise: Carolina Aranha, Lívia Hollerbach e Mariana Fonseca

Comunicação & Relacionamento: Dorly Neto e Layla Vallias

Estatística & Processamento de dados: Felipe Schepers

Agência de Comunicação: Terra Verde

Design do Estudo: Julian Boledi

Tecnologia: Bianca Almeida e Jaime Daniel Mendes

AGRADECIMENTOS

Betânia Lins, Daniela Klaiman, Priscila Zogbi, British Council, Girls in Tech Empreendedores e especialistas do setor citados no estudo

Patrocinadores e parceiros de divulgação da chamada para o estudo

Principalmente, aos empreendedores que se cadastraram na Pipe.Social



1º
MAPA DE
NEGÓCIOS DE
IMPACTO

SOCIAL + AMBIENTAL

OBG

Pipe.Social
2017