



O QUE SÃO NEGÓCIOS DE IMPACTO

CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEM EMPREENDIMENTOS
COMO NEGÓCIOS DE IMPACTO

São Paulo
Novembro 2019

Realização



ALIANÇA
PELOS INVESTIMENTOS
E NEGÓCIOS DE IMPACTO

Parceiro
Técnico

PI
PE
.SOCIAL



O QUE SÃO NEGÓCIOS DE IMPACTO

CARACTERÍSTICAS QUE
DEFINEM EMPREENDIMENTOS
COMO NEGÓCIOS DE IMPACTO

Instituto de Cidadania Empresarial - ICE
Pipe.Social

São Paulo
Novembro 2019

O QUE SÃO NEGÓCIOS DE IMPACTO

CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEM
EMPREENDIMENTOS COMO NEGÓCIOS DE IMPACTO

Dados internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

P664q Pipe Social.
O que são negócios de impacto [recurso eletrônico] : características que definem empreendimentos como negócios de impacto / Pipe Social, Instituto de Cidadania Empresarial. - São Paulo, SP: ICE, 2019.

56p. : il.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de Acesso: World Wide Web

ISBN 978-65-80811-01-4










1. Empreendedorismo. 2. Responsabilidade social das empresas. 3. Sucesso nos negócios. I. Instituto de Cidadania Empresarial. II. Título.

CDD 658.11

Elaborado por Maurício Amormino Júnior - CRB6/2422

São Paulo
Novembro 2019

ÍNDICE

- I  INTRODUÇÃO E
PREMISSAS DO
ESTUDO pg 07
- II  METODOLOGIA
DO CAMPO DE
PESQUISA pg 11
- III  CONTEXTO pg 13
- IV  UMA ECONOMIA
ORIENTADA POR
IMPACTO POSITIVO pg 25
- V  CARACTERÍSTICAS
QUE DEFINEM OS
NEGÓCIOS DE
IMPACTO pg 31
- VI  CICLO DE
AMADURECIMENTO
DOS NEGÓCIOS DE
IMPACTO pg 35
- VII  CARACTERÍSTICAS
QUE NÃO DEFINEM
OS NEGÓCIOS DE
IMPACTO pg 47
- VIII  RESUMO
DO ESTUDO pg 49
- IX  AGRADECIMENTOS
E EQUIPE pg 51



CARTA DA ALIANÇA PELOS INVESTIMENTOS E NEGÓCIOS DE IMPACTO

Acreditamos fortemente que alguns empreendimentos combinam características específicas (na forma como se estruturam e operam) que consideramos ser uma forma eficiente e poderosa para resolver problemas sociais e ambientais. Os empreendimentos com essas características nós identificamos como negócios de impacto.

Estamos cientes de que a definição e o entendimento sobre negócios de impacto sempre carregará alguma subjetividade. Um determinado empreendimento pode ser reconhecido como negócio de impacto por uns e não por outros – e não é papel da Aliança pelo Impacto atestar se um empreendimento é ou não é um negócio de impacto.

Isso posto, temos reforçado dois posicionamentos: o primeiro é reconhecer que não são apenas os negócios de impacto que geram transformações positivas na vida das pessoas e do planeta. Há diversos modelos como negócios inclusivos, negócios sustentáveis, negócios conscientes, empresas B ou mesmo o investimento social privado em empresas tradicionais que também precisam ser reconhecidos. O segundo é reforçar nossa crença de que os negócios de impacto representam a proposta mais eficaz para atrair uma parte do capital privado, que hoje é investida em mercados tradicionais, para soluções que atuem diretamente sobre desafios sociais e ambientais.

Atuamos pelo fortalecimento de um ecossistema que possa apoiar a criação e o fortalecimento de mais negócios de impacto. E, para isso, entendemos que é importante haver um referencial sobre o que define um negócio de impacto que seja claro, construído e validado coletivamente, a ser difundido em território nacional.

Mais de 280 pessoas foram consultadas ao longo deste estudo. Recebemos muitas contribuições generosas e valiosas. Sabemos da impossibilidade de chegarmos a um consenso absoluto, mas estamos bastante seguros com os pontos comuns que localizamos nesta jornada. Agradecemos a contribuição de todos, em especial a nossa parceira Pipe.Social.

Começamos todos juntos agora um novo desafio: tornar esse conteúdo útil e conhecido entre empreendedores, investidores, aceleradores e demais apoiadores dos negócios de impacto.

BOA LEITURA!

CONSELHO E EQUIPE
ALIANÇA PELOS INVESTIMENTOS
DE IMPACTO



ALIANÇA

PELOS INVESTIMENTOS
E NEGÓCIOS DE IMPACTO



CARTA DA PIPE.SOCIAL

Nós da Pipe.Social recebemos o convite da Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto para fazer essa escuta do ecossistema sobre o conceito de negócios de impacto com dois sentimentos muito fortes: uma alegria pela confiança em realizar o desafio de encarar essa “dor” do campo e um receio de não chegarmos a um documento conclusivo que atendesse a todas as visões.

Tudo fez muito sentido quando colocamos à frente da nossa percepção institucional sobre o conceito a expertise de pesquisa e escuta de campo. A demanda real e latente dos mais de 3 mil empreendedores cadastrados na Pipe por compreender melhor a jornada de negócios também, claro, nos levou adiante. Todos os dias temos o desafio de endereçar dúvidas e pedidos de ajuda dos empreendedores para navegarem com mais clareza o ecossistema de impacto, acessando mais recursos e falando a mesma língua dos seus apoiadores.

Produzimos esse documento tendo em mente a diversidade de perfis e demandas dos empreendedores, esforçando-nos para que encontrem uma ferramenta aplicável para definir e caminhar por sua jornada de impacto. É nossa intenção também ajudá-los na construção de uma identidade coesa que seja capaz de fortalecer o potencial dos negócios de impacto na transformação emergencial da sociedade em que vivemos.

Esperamos que esse documento acalme a principal pergunta que ouvimos diariamente nos nossos canais de atendimento ao empreendedor: "Tá, mas o que eu preciso fazer para ser considerado um negócio de impacto?".

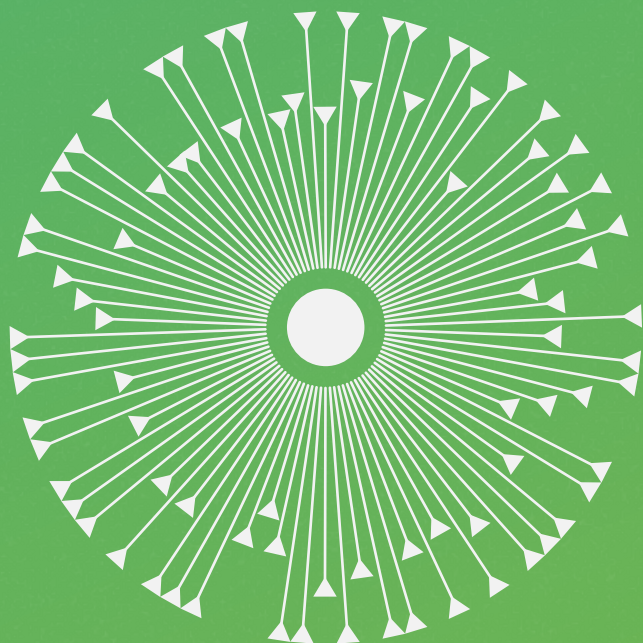
Aqui temos um caminho para vocês iniciarem a jornada.

EQUIPE PIPE.SOCIAL





INTRODUÇÃO E PREMISSAS DO ESTUDO



Em 2015, a Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto (na época Força Tarefa de Finanças Sociais) lançou uma Carta de Princípios para Negócios de Impacto, formulada com a participação de diversos atores ligados à agenda das finanças sociais e negócios de impacto socioambiental. Esse documento tornou-se uma das referências para estudos acadêmicos, conteúdos produzidos pelo campo, editais e para ação do governo federal no âmbito da Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto (ENIMPACTO).

De lá para cá, o setor registrou a chegada de novos e diversos atores, entre empreendedores, gestores públicos, investidores, aceleradores, professores e pesquisadores, e também experimentou a aproximação de outros ecossistemas afins, como a economia criativa, o empreendedorismo nas periferias, a economia circular, as empresas B, os negócios sustentáveis etc.

Diante disso, um novo ciclo de escuta para a revalidação ou a atualização das características que definem os negócios de impacto se mostrou tanto oportuno quanto necessário.


Em parceria, a Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto e a Pipe.Social conduziram por cinco meses um trabalho cuidadoso de escuta dos mais diversos atores envolvidos e outros interessados na agenda de impacto socioambiental positivo. Como resultado, esse grupo identificou percepções e validou entendimentos e conceitos neste novo momento do ecossistema no Brasil.



Este relatório é fruto desse processo de escuta e atualiza as percepções e visões comuns sobre o tema. É uma colheita do entendimento atual sobre negócios de impacto no Brasil que não tem a pretensão de monopolizar ou esgotar a discussão, mas ser um instrumento norteador para o posicionamento dos mais diversos empreendimentos.

O presente trabalho se propõe a avançar, a partir dos quatro princípios que foram desenhados em 2015, diferenciando as características mínimas obrigatórias de todos os negócios de impacto daquelas características que são importantes mas podem ser aprimoradas ao longo da jornada empreendedora. Ainda que seja importante sermos criteriosos na análise sobre “O QUÊ” os negócios produzem, “PARA QUEM” e “COMO” produzem, acreditamos que há um caminho de amadurecimento para ser trilhado e que podemos influenciá-los positivamente na medida em que entendam os compromissos que transformam seu propósito em impacto.

Estamos cientes de que o debate sobre o conceito de impacto gera muitas discussões. Este estudo se abre para isto: um diálogo constante entre os atores desse ecossistema, sabendo que nem tudo é unânime e que um campo nascente como este deve continuamente fazer escutas, analisar suas transformações e refletir sobre sua evolução.



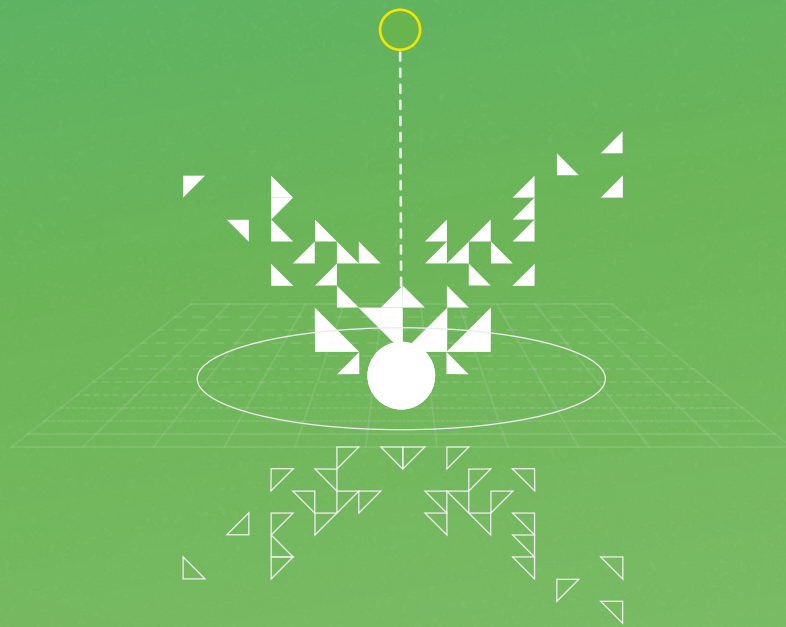
*Convidamos você a
participar conosco dessa
conversa, conhecendo a
colheita que fizemos.*

**EQUIPES DA ALIANÇA PELO
IMPACTO E PIPE.SOCIAL**



II

METODOLOGIA DO CAMPO DE PESQUISA



Durante os cinco meses do processo de pesquisa (abril a agosto de 2019), utilizamos diversas abordagens para uma escuta de pessoas envolvidas com temáticas relacionadas a empreendedorismo e investimentos com preocupação de transformação socioambiental. Fizemos conversas organizadas e divididas em etapas, buscando representantes de diversos pontos de vistas e perfis.

O trabalho resultou em uma colheita de mais de 280 percepções, obtidas nas seguintes etapas:

1

PESQUISA DE REFERÊNCIAS DO CONCEITO DE NEGÓCIOS DE IMPACTO NO MUNDO
- 13 países avaliados;

2

PESQUISA DE REFERÊNCIAS DO CONCEITO DE NEGÓCIOS DE IMPACTO NO BRASIL
- 49 organizações tiveram sua comunicação institucional analisada;

3

ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE COM ESPECIALISTAS
(acadêmicos, setor empresarial e visão técnica)
- 4 especialistas;

4

QUESTIONÁRIO WEB COM REPRESENTANTES DE REDES E ACADÊMICOS LIGADOS AO ECOSISTEMA DE IMPACTO NO BRASIL
- 14 respostas;

5

QUESTIONÁRIO WEB PARA INICIATIVAS SIMILARES À ALIANÇA PELO IMPACTO
conectadas ao Global Steering Group for Impact Investment - 5 países;

6

GRUPOS DE DISCUSSÃO COM VÁRIOS SETORES IDENTIFICADOS NO ESPECTRO DE IMPACTO SOCIAL
- 4 grupos com 5 pessoas cada (20 pessoas/organizações representadas);

7

CONSULTA ABERTA ON-LINE AO ECOSISTEMA
174 respostas, de acordo com os perfis abaixo:

| | |
|---|-----|
| Negócios de impacto | 26% |
| Academia (ensino e pesquisa) | 16% |
| Organizações intermediária/de fomento do setor de investimentos e negócios de impacto | 14% |
| Empresas (pequena, média ou grande, que não se posicionam como negócios de impacto) | 11% |
| Incubadoras e aceleradoras | 9% |
| Organizações da sociedade civil (que não se posicionam como negócios de impacto) | 7% |
| Institutos e Fundações corporativos | 6% |
| Fundos de investimentos | 5% |
| Órgãos públicos | 3% |
| Imprensa/mídia | 2% |



CONHECIMENTO PRÉVIO DA CARTA DE PRINCÍPIOS LANÇADA EM 2015?

Conheço **63%**
Não conheço **37%**



USO PRÉVIO DA CARTA DE PRINCÍPIOS LANÇADA EM 2015

Já usei **70%**
Nunca usei **30%**

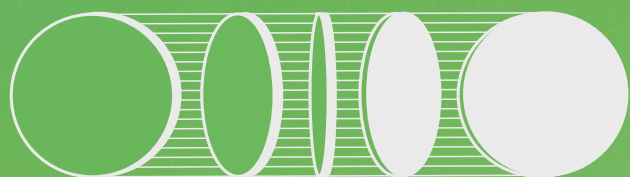
8

VALIDAÇÃO DO DOCUMENTO FINAL
8 participantes



CONTEXTO

A



“Como tem sido verdade nos últimos anos, a falta de 'capital apropriado em todo o espectro de risco/retorno' foi o desafio mais comumente enfrentado pelo crescimento do setor de investimento de impacto (42%). Outros 40% dos entrevistados citaram a falta de entendimento comum das definições e segmentos do mercado como um desafio significativo.”

Fonte: GIIN Annual Impact Survey, página 14

O momento atual traz a urgência – não só no Brasil, mas também em outros países de distintas regiões no mundo – de se discutir sobre as características que definem um negócio de impacto. Três questões aumentam a pressão sobre este debate: a aproximação de outros ecossistemas que testam os limites do que pode ou não ser definido como um negócio de impacto; a demanda de investidores por uma régua que ofereça parâmetros para tomadas de decisão de alocação de capital; e a necessidade de gestores públicos de reconhecerem os negócios de impacto para conectá-los com as políticas públicas.

Especificamente no Brasil, apesar de não haver unanimidade no ecossistema de impacto sobre a necessidade da discussão, há expectativa entre os empreendedores. São eles, em especial, que querem respostas sobre seus empreendimentos. Seja na partida, no momento da estruturação do negócio, seja no momento em que começam a se reconhecer como negócios de impacto.



“O momento é de disseminar de forma clara e objetiva os conceitos para estimular o engajamento de novos atores.”

Respondente de consulta aberta



92%



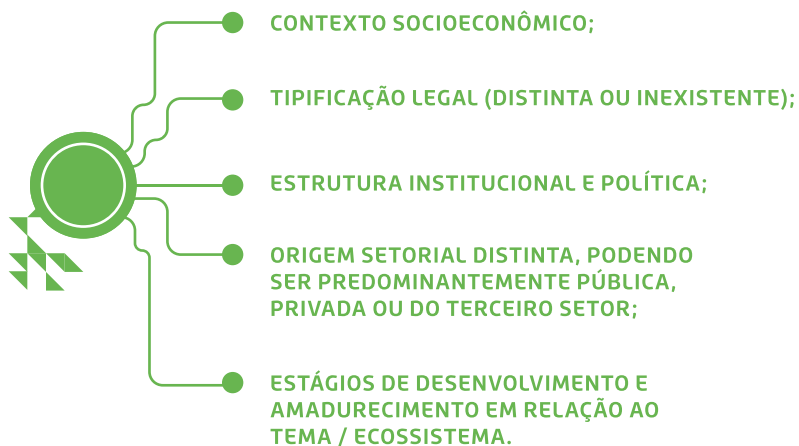
dos respondentes da Consulta Aberta acreditam que a definição de negócios de impacto pode influenciar o engajamento de novos atores no ecossistema de impacto.

III

B

CONTEXTO INTERNACIONAL

Estudamos referências globais para identificar padrões ou atributos comuns na definição de um negócio de impacto. Confirmamos a percepção inicial de que não há uma definição predominante, que possa ser considerada como padrão, para negócio de impacto. As definições são influenciadas por diversos fatores regionais, entre eles:



No entanto, avaliando 13 países (EUA, Reino Unido, Itália, Coreia do Sul, Malásia, Índia, África do Sul, Chile, Nova Zelândia, França, Austrália, Israel e Itália), notamos que, apesar de terem níveis diferentes de detalhamento e aprofundamento em relação ao entendimento de negócio de impacto, todos consideram duas variáveis:



1 INTENCIONALIDADE DE IMPACTO

Intenção explícita do empreendedor/organização de resolver ou atenuar um problema social e/ou ambiental;



2 IMPACTO GERADO

O real impacto que a organização gera na sociedade e/ou meio ambiente.

Como identificar essa intencionalidade? E como medir se há ou haverá de fato impacto real social e/ou ambiental? E ainda, se não há um processo formal e auditado de medição do impacto, como saber se ele existe?

Em parte dos países estudados, basta que de alguma forma a intencionalidade do impacto seja declarada pelo empreendedor /organização para "cumprir" esse quesito. Não importa a forma, nem o meio pelo qual ela foi declarada. Basta existir essa intenção expressa. Dentro de uma cultura de confiança, a intencionalidade do impacto não precisa estar formalizada no estatuto, na missão ou em documento legal da organização.

QUANTO À AVALIAÇÃO DO IMPACTO GERADO, A EXIGÊNCIA PODE VARIAR EM RELAÇÃO AO ESTÁGIO DA ORGANIZAÇÃO:

NO INÍCIO,

uma medição mais direcionada à expectativa de impacto (*impacto potencial*);

MEDIÇÕES MAIS SOFISTICADAS AO LONGO DO AMADURECIMENTO E DO CRESCIMENTO DA ORGANIZAÇÃO;

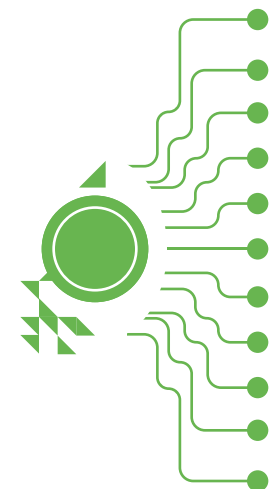
Medições que avaliam também a diferença entre impacto da solução em relação às externalidades negativas geradas pela operação e o crescimento do negócio.

III

C

CONTEXTO NACIONAL

Para entender o mercado brasileiro de impacto, analisamos o posicionamento institucional de 49 organizações que se posicionam como apoiadoras de negócios de impacto ou que, em sua maioria, se autodeclaram de impacto. Percebemos que analisam os negócios de impacto a partir de 11 características:

- 
1. INTENCIONALIDADE DE IMPACTO;
 2. ATIVIDADE PRINCIPAL (CORE BUSINESS) DO NEGÓCIO;
 3. PERFIL DO(S) CLIENTE(S)/BENEFICIÁRIO(S) DA SOLUÇÃO;
 4. LUCRO E DISTRIBUIÇÃO DE DIVIDENDOS;
 5. PERFIL DO(S) EMPREENDEDOR(ES);
 6. USO DE TECNOLOGIA NA SOLUÇÃO;
 7. ESCALABILIDADE DO NEGÓCIO;
 8. CULTURA E GOVERNANÇA;
 9. GESTÃO DE COLABORADORES;
 10. GESTÃO DA CADEIA DE VALOR;
 11. GESTÃO DAS EXTERNALIDADES GERADAS.

No entanto, existem muitos pontos de divergência em relação ao que pode ser considerado um negócio de impacto.

ALGUNS EXEMPLOS QUE GERAM DISCUSSÃO:



Empreendimentos que se consideram negócios de impacto porque têm iniciativas de responsabilidade social e fomento à comunidade do entorno;



Empreendimentos que se apoiam na sua área temática de atuação (“eu tenho uma solução na área da saúde, logo, sou de impacto”);



E aqueles que remetem ao perfil sociodemográfico do empreendedor ou ao fato de terem soluções que atendem populações de baixa renda e/ou mais vulneráveis.



Não há, nos exemplos citados acima, um padrão que parametrize o grupo como um todo.



VANTAGENS E RISCOS DA BUSCA DE CRITÉRIOS PARA O SETOR

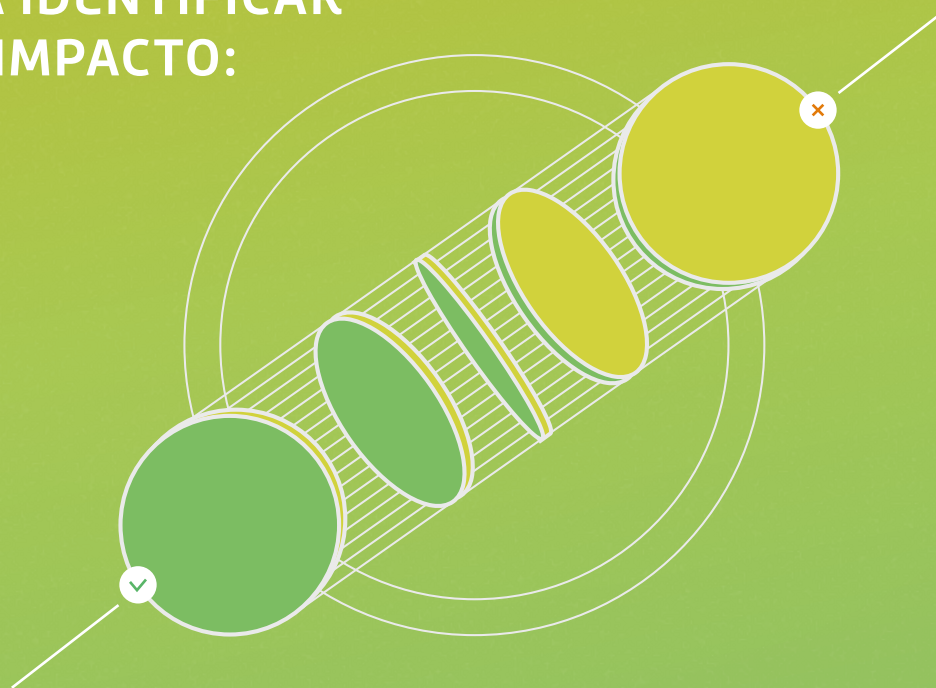
Na busca por referências, analisamos reflexões realizadas por outros países para definir os negócios de impacto. Identificamos que eles também discutiram as vantagens e os riscos desse tipo de esforço. Da mesma forma, abrimos esse debate em nossas escutas do campo e registramos diversos pontos de vista relevantes.

VANTAGENS DE TER CRITÉRIOS DEFINIDOS PARA IDENTIFICAR UM NEGÓCIO DE IMPACTO:

- ✓ Evitar o mau uso (greenwash) ou a apropriação do termo por questões de publicidade e marketing ou a banalização do conceito;
- ✓ Fomentar um processo educativo do ecossistema e de seus diversos atores, inclusive do empreendedor;
- ✓ Estabelecer referências mais claras para empreendedores e investidores que queiram atuar com impacto positivo;
- ✓ Proporcionar uma oportunidade para as organizações refletirem sobre seus impactos positivos e negativos;
- ✓ Ser mais específicos quanto aos modelos de negócios que consideramos importantes para o futuro do País e que gostaríamos de fomentar;
- ✓ Identificar os negócios de impacto como um grupo, fortalecendo-o com alguma unidade;

- ✓ Impulsionar ações de comunicação que estimulem empreendimentos com características de negócios de impacto a se aproximarem do ecossistema, onde há investidores e aceleradoras que podem apoiá-los;
- ✓ Organizar e gerar informações úteis para fins acadêmicos, políticos e legais;
- ✓ Provocar e facilitar a discussão para a regulamentação deste setor.

- ✓ Criar identificação como grupo para facilitar acesso à captação de financiamento e investimento, e a criação de políticas públicas de incentivo;
- ✓ Contribuir com direcionamentos para grandes empresas interessadas em apoiar, fomentar e contratar soluções de negócios de impacto;



RISCOS DE TER CRITÉRIOS DEFINIDOS PARA IDENTIFICAR UM NEGÓCIO DE IMPACTO:


- ✗ AFASTAR EMPREENDEDORES QUE NÃO SE IDENTIFICAM COM O CONCEITO OU NÃO QUEREM SER ROTULADOS COMO NEGÓCIOS DE IMPACTO;
- ✗ DIFICULTAR A APROXIMAÇÃO DE EMPREENDEDORES, INVESTIDORES E ORGANIZAÇÕES COM VOCAÇÃO OU INTERESSE NA AGENDA DE IMPACTO;
- ✗ INIBIR A OPORTUNIDADE DE DESENVOLVER UM CONCEITO FLUIDO MAIS ADEQUADO À COMPLEXIDADE DO CAMPO;
- ✗ DIFICULTAR QUE AS ORGANIZAÇÕES UTILIZEM A MELHOR DEFINIÇÃO DE ACORDO COM SEU ESTÁGIO E CONTEXTO;
- ✗ TORNAR-SE UMA DISCUSSÃO ESTÉRIL, COM PERDA DE TEMPO E ENERGIA DO ECOSISTEMA.

“A vantagem é criar um ímã conceitual, uma grande montanha, acho que é ruim criar uma barreira entre nós e eles. Cada um crie uma responsabilidade de se graduar, uma subida na montanha.”

Participante de grupo de discussão

“Orientar os empreendedores nesta reflexão, de cada um se observar quanto a sua ‘relação de impacto’, é mais inclusivo, mais transformador e mais impactante do que o contrário, tentar encontrar uma definição conceitual com as quais as pessoas tenham que fazer um esforço não natural.”

Respondente de consulta aberta



“Ter uma definição é importante, para que fique mais claro quem se enquadra nesse ecossistema. Isso pode facilitar o acesso dos investidores e principalmente a contratação com o poder público. Porém, o conceito não pode ser tão amplo que banalize ou tão restrito que impossibilite aos empreendedores se enquadrarem.”


Respondente consulta aberta

“Concordo que se faz necessária uma identidade clara, que situe os negócios. Isto engaja. Concordo que há risco. Porém é preciso fazer, jogar ao campo para que este operacionalize esta definição, descubra suas possibilidades e dificuldades, e proponha, no futuro, nova visita.”

Respondente consulta aberta

“Acho que a definição pouco interessa para quem está na ponta, interessado em resolver problemas reais. A definição só influi quando muda alguma legislação ou algo mais prático, como acesso a financiamento ou melhor relação com os bancos, por exemplo.”

Respondente de consulta aberta



Com a escuta, pesando os prós e os contras, concluímos que nomear as organizações como negócios de impacto é importante para dar referências e estimular o surgimento de novos negócios de impacto. Percebemos que há características que combinadas tornam os negócios de impacto uma resposta ao chamado por mais soluções que possam contribuir para a superação de desafios sociais e ambientais e para a melhoria da qualidade de vida de populações mais vulneráveis.

Diante disso, optamos por encarar o risco de dar luz às opiniões de diversos atores desse ecossistema e de alguma forma tentar sistematizá-las.

IV

UMA ECONOMIA ORIENTADA POR IMPACTO POSITIVO

"Precisamos passar de um sistema competitivo para um colaborativo. Precisamos mudar o conceito de sucesso de uma visão egocêntrica, onde o sucesso é baseado no poder e na acumulação de capital, para uma visão em que o sucesso é baseado no desenvolvimento pessoal, na contribuição à comunidade e na qualidade e quantidade de nossas relações humanas. Precisamos passar do poder político e econômico para o poder do cidadão e da comunidade."

Diego La Moneda, fundador do Fórum Global de Nova Economia e Inovação Social (NESI)



"O capitalismo nos serviu por mais de 250 anos, mas se tornou insustentável em sua forma atual. É necessária uma mudança radical. A revolução tecnológica está sendo seguida pela revolução do impacto, que nasce da simples ideia de que podemos romper com o foco único do capitalismo no lucro para gerar lucro e impacto social simultaneamente, redirecionando grandes quantias de dinheiro para melhorar o mundo. (...) O momento atual exige nada menos que uma revolução, e é preciso colocar o impacto no centro da nossa consciência. Em vez de confiarmos exclusivamente nos governos e na filantropia para alcançarmos mudanças sociais, precisamos inaugurar uma terceira força para acelerar o ritmo da mudança: o setor privado."

*Sir Ronald Cohen, Sobre Impacto
Um Guia para a Revolução do Impacto*

Nos últimos anos, observamos uma transformação rápida no ecossistema de impacto mundial e do Brasil.

Diversos modelos e iniciativas surgem e passam a se comprometer em resolver problemas sociais e ambientais, de forma direta ou indireta. Juntos, privilegiam as atividades e as relações locais, valorizando a cultura e a capacidade das comunidades para a construção de um mundo com mais justiça social, igualdade de oportunidades e respeito à natureza.

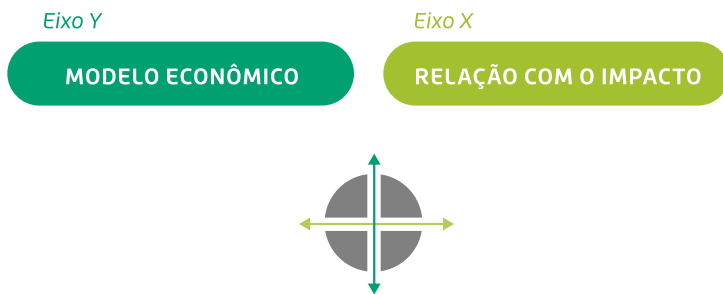
Este novo paradigma é baseado numa visão sistêmica dos problemas socioambientais, em modelos econômicos mais sustentáveis, colaborativos, democráticos, a serviço de mais oportunidades para todos, da redução das desigualdades, do bem-estar humano e do planeta.

É formada por organizações que buscam priorizar as pessoas e o meio ambiente ao utilizarem estratégias de produção, comercialização, finanças e consumo alternativas à lógica econômica predominante.

Temos evidenciado o surgimento e a proliferação de empresas, organizações e movimentos que buscam a construção de uma nova economia social e solidária. Iniciativas que, apesar de ainda periféricas ao sistema econômico dominante, são fundamentais, pois juntas têm influenciado o debate global defendendo a ideia de que para mudar o mundo temos que mudar a economia.

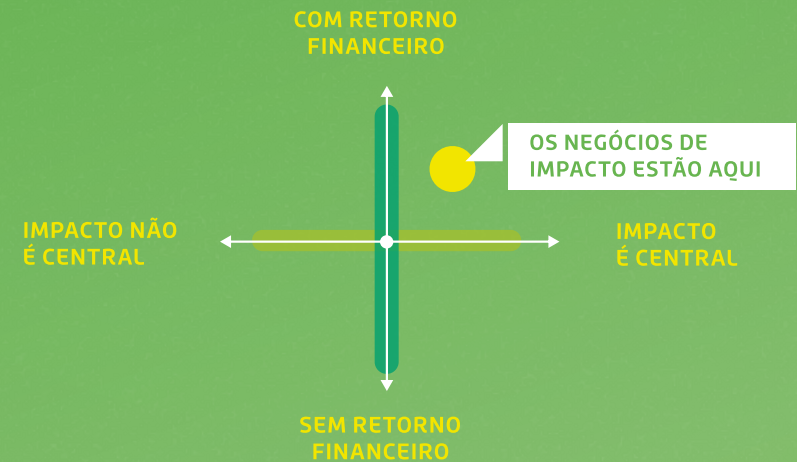
Os negócios de impacto são parte das engrenagens dessa Economia, representam somente UM segmento dentro desse novo ecossistema, no qual uma série de outros atores podem ser citados.

É importante entender que todos os empreendimentos com alguma orientação para impacto têm um importante papel e valor, pois juntos dão voz, corpo e força a essa nova lógica, que pode ser estruturada em dois grandes eixos:



EMPREENDIMENTOS QUE GERAM IMPACTO SOCIOAMBIENTAL POSITIVO

| | | |
|------------------------|----------------------------|---------------------|
| NEGÓCIOS SOCIAIS | NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS | EMPRESAS B |
| NEGÓCIOS COM PROPÓSITO | NEGÓCIOS DE IMPACTO | ECONOMIA CRIATIVA |
| NEGÓCIOS CONSCIENTES | EMPREENDIMENTOS SOCIAIS | NEGÓCIOS INCLUSIVOS |
| | | ETC. |



Eixo X IMPACTO
 Diz respeito à centralidade e à intencionalidade do impacto na estratégia e na operação do empreendimento.

Eixo y MODELO ECONÔMICO
 Diz respeito ao modelo de sustentabilidade econômica do empreendimento e sua capacidade de gerar retornos financeiros.

OS NEGÓCIOS DE IMPACTO NESSE NOVO PARADIGMA



O negócio de impacto representa uma categoria dentro de uma variedade de perfis de empreendimentos que geram impacto socioambiental positivo. Ele combina características específicas que, em conjunto, trazem uma nova forma de empreender e de resolver problemas socioambientais.

A categorização como negócio de impacto apenas reconhece o conjunto de características existentes em um empreendimento em um determinado momento, e não é suficiente para diferenciá-lo de outras nomenclaturas e definições como negócios inclusivos, negócios sustentáveis, negócios conscientes, negócios criativos, empresas B etc. É possível que um empreendimento se reconheça como um negócio de impacto e como uma das outras nomenclaturas citadas ao mesmo tempo. É possível se reconhecer em uma das nomenclaturas citadas e não ser um negócio de impacto.



CONCEITO

OS *NEGÓCIOS DE IMPACTO* SÃO EMPREENDIMENTOS QUE TÊM A INTENÇÃO CLARA DE ENDEREÇAR UM PROBLEMA SOCIOAMBIENTAL POR MEIO DE SUA ATIVIDADE PRINCIPAL (SEJA SEU PRODUTO/SERVIÇO E/OU SUA FORMA DE OPERAÇÃO). ATUAM DE ACORDO COM A LÓGICA DE MERCADO, COM UM MODELO DE NEGÓCIO QUE BUSCA RETORNOS FINANCEIROS, E SE COMPROMETEM A MEDIR O IMPACTO QUE GERAM.

CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEM OS NEGÓCIOS DE IMPACTO

FILTRO MÍNIMO

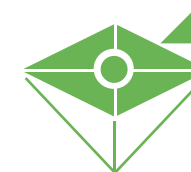
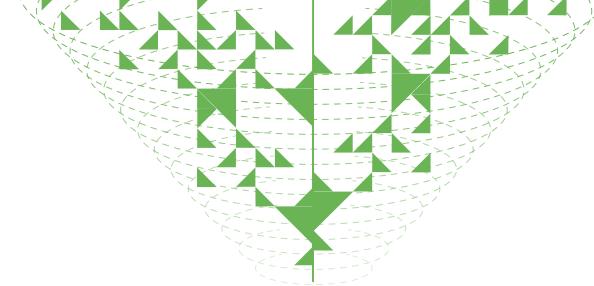
Nas escutas que foram feitas, identificamos que não há uma ou outra característica que por si só defina se o empreendimento é um negócio de impacto ou não. Mas foi possível chegar a um conjunto de características que se mostraram suficientes, ainda que haja uma ampla diversidade dentre os negócios de impacto que atendem a essas características.

Estamos falando de um conjunto de quatro critérios que formam o requisito mínimo de um negócio de impacto. Esses critérios não caminham sozinhos, ou seja, precisam existir simultaneamente, constituindo um filtro único pelo qual os empreendimentos precisam passar para serem considerados negócios de impacto.



DE ACORDO EM RELAÇÃO À PROPOSTA DOS QUATRO CRITÉRIOS QUE CONSTITUEM O FILTRO MÍNIMO QUE DEFINE O QUE É UM NEGÓCIO DE IMPACTO:

Concordo **80%**
Não concordo **20%**



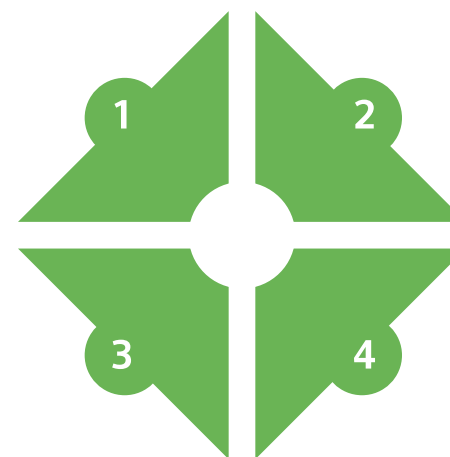
FILTRO MÍNIMO
CRITÉRIOS

CRITÉRIO 1:

Intencionalidade de resolução de um problema social e/ou ambiental

CRITÉRIO 2:

Solução de impacto é a atividade principal do negócio



CRITÉRIO 3:

Busca de retorno financeiro, operando pela lógica de mercado

CRITÉRIO 4:

Compromisso com monitoramento do impacto gerado



CRITÉRIO 1:

O negócio de impacto expressa de maneira clara a sua intencionalidade (missão/propósito) de resolver (ao menos em parte) um problema social e/ou ambiental.

O negócio e os empreendedores do negócio explicitam sua intenção de impacto de maneira clara em sua comunicação institucional interna e externa?

“Sempre passa por ouvir a intenção do empreendedor, não é uma análise fria entrando no site. Governança e transparência são elementos qualificadores da intenção.”

Participante de grupo de discussão

“Tudo pode ter impacto, mas a intencionalidade é fundamental.”

Especialista



CRITÉRIO 3:

O negócio opera por meio da lógica de mercado buscando retorno financeiro, ou seja, gera receita própria por meio da venda de produtos e/ou serviços, independentemente do seu formato jurídico. Não depende de subsídios, ainda que possa recebê-los em diferentes etapas de sua jornada como ajudas pontuais.

O negócio de impacto – qualquer que seja seu CNPJ e distribuindo ou não dividendos – opera na lógica de mercado, ou seja, tem um modelo de negócio que visa gerar receita própria por meio da venda de produtos e/ou serviços?

“Não pode ter dependência (de doação), porque ele precisa ter um modelo de negócios com sustentabilidade financeira gerada pela sua atividade, mas eventualmente pode receber recursos filantrópicos.”

Participante de grupo de discussão



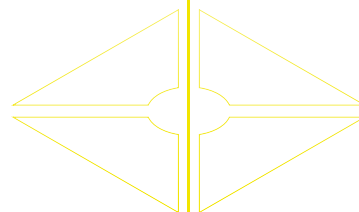
CRITÉRIO 2:

A atividade principal do negócio traz uma solução para um problema socioambiental real, sendo essa solução o principal motivo que justifica a existência do negócio. (Não é uma ação pontual de responsabilidade social e/ou ambiental.)

O negócio vive/opera diariamente para resolver um problema socioambiental, ou seja, a atividade central do negócio (seu produto/serviço e/ou sua forma de operação) é uma solução que resolve, de fato, um problema socioambiental real?

“O negócio de impacto resolve um problema social e/ou ambiental no core do negócio.”

Participante de grupo de discussão



CRITÉRIO 4:

O negócio tem compromisso com o monitoramento do impacto socioambiental que gera na sociedade.

O negócio possui clareza da transformação que pretende gerar e tem indicadores que ajudam a monitorar/medir o seu impacto?

“Tem que ter governança, os administradores se comprometerem a medir e reportar impacto gerado.”

Participante de grupo de discussão





V

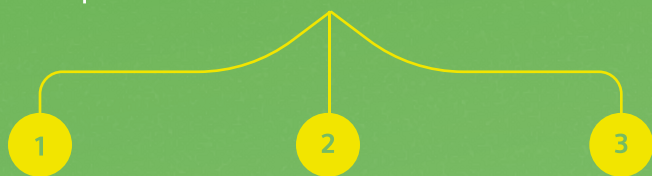
VI

CICLO DE AMADURECIMENTO DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO



Se um negócio preenche os quatro critérios do FILTRO MÍNIMO, ele já é considerado um negócio de impacto no Brasil, de acordo com a maioria absoluta das organizações ouvidas neste estudo.

Contudo, a construção do **FILTRO MÍNIMO** também nos trouxe três conclusões importantes:



1 Um empreendimento que tenha atendido os quatro critérios pode se considerar um negócio de impacto, mas isso não implica de saída que ele tenha um bom modelo de negócio ou que sua solução efetivamente gere impacto;

2 Há diversas outras características com as quais os negócios de impacto, assim como seus empreendedores, poderiam se comprometer e apresentar para tornar o seu modelo de negócio e sua solução mais relevantes;

3 É provável que essas características adicionais não sejam encontradas em negócios de impacto em fases de estruturação e amadurecimento. Contudo, na medida em que sua jornada avança e, principalmente, se ele almeja captar recursos e parceiros, precisará também apresentar essas características.

Consolidamos um bloco neste estudo dedicado à exposição dessas características adicionais que poderiam melhorar o modelo de negócio e ampliar o impacto gerado. Esse conteúdo tem duas funções:

| PARA EMPREENDEDORES | PARA INVESTIDORES |
|--|---|
| <i>Tem papel educativo e orientativo, propondo que reflitam sobre o estágio de sua jornada e como têm estruturado seus negócios;</i> | <i>Tem uma expectativa para que explicitem o que esperam do negócio de impacto em cada etapa de sua jornada de estruturação e amadurecimento.</i> |

90%



dos respondentes da consulta aberta concordam que há diferentes graus de compromissos que o negócio deveria assumir à medida que amadurece como negócio e avança na jornada empreendedora.

E COMO ESTE CICLO SE EXPRESSA?

Identificamos quatro compromissos desejáveis para o empreendedor perseguir em cada etapa da sua jornada, dentro do ciclo de amadurecimento de um negócio de impacto.

A intenção aqui é dialogar com nuances de exigência de diferentes organizações do campo para negócios em distintos graus de maturidade. Fica o convite para cada organização se aprofundar neste ciclo e suas dimensões propostas, dando a empreendedores a oportunidade de conhecer suas expectativas em relação aos negócios de impacto.

COMPROMISSO 1

COMPROMISSO COM O ENTENDIMENTO DO PROBLEMA E SOLUÇÃO

COMPROMISSO 2

COMPROMISSO COM A EFETIVIDADE DO MODELO DE NEGÓCIO

COMPROMISSO 3

COMPROMISSO COM A EFETIVIDADE DO IMPACTO GERADO

COMPROMISSO 4

COMPROMISSO COM A EFETIVIDADE DA GOVERNANÇA

COMPROMISSO 1

COMPROMISSO COM O ENTENDIMENTO DO PROBLEMA E SOLUÇÃO

Clareza sobre o problema socioambiental que o negócio pretende solucionar/atuar e relevância da solução para endereçá-lo.

Um negócio de impacto responde a um problema socioambiental real. Em um estágio inicial, ele identifica um problema, quem é afetado por ele e como irá enfrentá-lo de forma factível. Quanto mais avança na jornada, mais ele entende e busca evidências sobre o problema que quer resolver (seja por meio de pesquisas, escutas de clientes/usuários, referências acadêmicas etc.). Consequentemente, sua solução para superar o desafio socioambiental se torna mais relevante, eficaz e perene.

Estágios avançados

Maior entendimento do problema e melhorias na solução.

Estágios iniciais

Identificação de um problema, quem é afetado por ele e a solução proposta.

JORNADA DE AMADURECIMENTO

ESTOU DE ACORDO COM ESTES DIFERENTES GRAUS DE AMADURECIMENTO EM RELAÇÃO AO COMPROMISSO COM A QUALIFICAÇÃO DO PROBLEMA E SOLUÇÃO.

Concordo **96%**
Não concordo **4%**

COMPROMISSO 2

COMPROMISSO COM A EFETIVIDADE DO MODELO DE NEGÓCIO

**Aprimoramento da solução ofertada
para busca de rentabilidade financeira
e crescimento.**

Um negócio de impacto desenvolve um produto e/ou serviço para atender a uma necessidade específica socioambiental ao mesmo tempo em que gera receita própria. Para tanto, inicialmente, ele precisa garantir que haja uma demanda real de mercado, ou seja, compreender quem é o seu cliente, qual necessidade ele atende, se o cliente pagaria pela solução e se o mercado tem tamanho suficiente para que ele possa ter lucratividade e/ou crescer. Quanto mais o negócio amadurece, mais ele apresenta evidências sobre seu potencial de retorno financeiro, tendo clareza sobre precificação, rentabilidade e demais análises financeiras.

Estágios iniciais

*Compreensão do cliente,
sua necessidade,
atratividade da solução
e tamanho do mercado.*

Estágios avançados

*Maior entendimento do potencial
de crescimento e noções de
organização do negócio.*

JORNADA DE AMADURECIMENTO

**ESTOU DE ACORDO COM
ESTES DIFERENTES GRAUS
DE AMADURECIMENTO EM
RELAÇÃO AO COMPROMISSO
COM A QUALIFICAÇÃO DO
MODELO DE NEGÓCIO.**

Concordo **92%**
Não concordo **8%**

COMPROMISSO 3

COMPROMISSO COM A EFETIVIDADE DO IMPACTO GERADO

Mensuração para ajuste da estratégia interna e busca da escalabilidade do impacto.

Um negócio de impacto qualifica sua atuação à medida que ganha clareza sobre como a sua solução impacta o problema socioambiental que pretende resolver. Mesmo que, de saída, seja esperado que o empreendedor tenha indicadores que o ajudem a monitorar/medir o seu impacto, quanto mais ele reconhece, monitora, analisa e comunica seus indicadores, melhores decisões são tomadas. É maior a garantia de que a missão e o propósito estão sendo colocados em prática e a solução se torna mais relevante. Ao ganhar escala, é preciso mapear também as externalidades negativas potencialmente geradas pelo negócio e caminhos para mitigá-las, a fim de ampliar o impacto positivo gerado.

Estágios avançados
Monitoramento/medição do impacto gerado e mapeamento de externalidades negativas.

Estágios iniciais

Clareza do impacto pretendido e indicadores estabelecidos

JORNADA DE AMADURECIMENTO

ESTOU DE ACORDO COM ESTES DIFERENTES GRAUS DE AMADURECIMENTO EM RELAÇÃO AO COMPROMISSO COM A QUALIFICAÇÃO DO IMPACTO GERADO.

Concordo **94%**
Não concordo **6%**

COMPROMISSO 4

COMPROMISSO COM A EFETIVIDADE DA GOVERNANÇA

Consistência nas práticas de gestão e relacionamento com stakeholders.

Um negócio de impacto não deve olhar apenas o "para que existe" e "o que faz", mas também para o "como opera" e "para quem opera". Sendo assim, à medida que o negócio amadurece, ele deve ampliar sua visão para os seus diversos stakeholders (clientes, colaboradores, comunidade, fornecedores, investidores e outros parceiros) de forma a incluir seus pontos de vista, ter uma relação transparente com todos e ser consistente com seus valores por meio de suas práticas de gestão e processo decisório.

Estágios iniciais

Estabelecimento de práticas mínimas de gestão

Estágios avançados

Amadurecimento das práticas de gestão e processo decisório considerando todos os stakeholders



JORNADA DE AMADURECIMENTO

ESTOU DE ACORDO COM ESTES DIFERENTES GRAUS DE AMADURECIMENTO EM RELAÇÃO AO COMPROMISSO COM A QUALIFICAÇÃO DA EFETIVIDADE DA GOVERNANÇA.

Concordo **96%**
Não concordo **4%**



VII

CARACTERÍSTICAS QUE NÃO DEFINEM OS NEGÓCIOS DE IMPACTO



Aproveitamos o processo de escuta e debate para testar se algumas características de empreendimentos seriam suficientes para identificar se eles seriam ou não negócios de impacto. É importante que se faça esse registro:



Na dúvida, a sugestão é sempre voltar ao **FILTRO MÍNIMO** e analisar o empreendimento à luz dos quatro critérios postos.

O SETOR DE ATUAÇÃO NÃO É SUFICIENTE PARA DEFINIR SE UM EMPREENDIMENTO É OU NÃO UM NEGÓCIO DE IMPACTO.

Não é verdade que todo empreendimento da economia criativa, de educação ou de saúde seja um negócio de impacto, ainda que possa ser. Da mesma forma, não é verdade que um empreendimento de setores como cosméticos ou insumos agrícolas não possa ser um negócio de impacto.

O PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DO EMPREENDEDOR NÃO É SUFICIENTE PARA DEFINIR SE UM EMPREENDIMENTO É OU NÃO UM NEGÓCIO DE IMPACTO.

Não é verdade que todo empreendimento liderado por empreendedores provenientes de regiões mais vulneráveis ou periféricas é um negócio de impacto, ainda que possa ser.

O CLIENTE/BENEFICIÁRIO DIRETO NÃO É SUFICIENTE PARA DEFINIR SE UM EMPREENDIMENTO É OU NÃO É UM NEGÓCIO DE IMPACTO.

Não é verdade que todo empreendimento que tem como beneficiário direto ou cliente populações mais vulneráveis e de menor renda é um Negócio de Impacto, ainda que possa ser. Da mesma forma, não é verdade que um empreendimento que venda para uma grande empresa não possa ser um negócio de impacto.

O TAMANHO DO EMPREENDIMENTO NÃO É SUFICIENTE PARA DEFINIR SE ELE É OU NÃO UM NEGÓCIO DE IMPACTO.

*Pequenos, médios e grandes empreendimentos podem ser negócios de impacto na medida em que respondam afirmativamente ao **FILTRO MÍNIMO**.*

VIII

🎯 O QUE SÃO NEGÓCIOS DE IMPACTO?

COMO IDENTIFICAR UM NEGÓCIO DE IMPACTO



IX AGRADECIMENTOS E EQUIPE

Este estudo e seu relatório foram idealizados e conduzidos por diversas mãos. Essa inteligência coletiva possibilitou que o projeto fosse realizado com altíssima qualidade.

Estamos imensamente agradecidos por termos contado com a participação de inúmeras organizações e pessoas que compartilharam suas visões e nos ajudaram a entender e ler a percepção do ecossistema.

Agradecemos especialmente a Daniel Izzo, Juliana Rodrigues, Lysa Ribeiro e Pedro Villares pela leitura crítica do documento antes de sua publicação.

Conselho Deliberativo

Alice Freitas
Caio Megale
Daniel Izzo
Guilherme Ferreira
Luiz Lara
Maria Alice Setubal
Pedro Villares
Rodrigo Menezes.

Equipe Aliança pelo Impacto

Beto Scretas
Celia Cruz
Debora Souza Batista
Diogo Quitério

Equipe Pipe

Adriana de Queiroz
Andrea Xavier
Fabiane da Cruz
Julian Boledi
Livia Hollerbach
Lucas Bernar
Mariana Fonseca

Projeto Gráfico

Julian Boledi
Mônica Bernadou

Agradecemos a todas as organizações (abaixo listadas) que foram ouvidas e consultadas neste estudo. Sem elas a escuta e a consolidação não teriam sido tão ricas e profundas:

3 é Par
3R Comércio e Reciclagem de Pneus
Abanca
Abvcap
Accrex
ADESAMPA
AfroSaúde
Agência Rolé
Alfam Consultoria
Amarilis
ANDE
Andrigel
Anjos do Brasil
Aram Consultoria/UNICAMP
Arias Gestão Sustentável
Aromeiazero
Artemisia
Associação Aventura de Construir
Astella
Atitude Empreendedora
Ativa
Atuação no Mundo
Aupa
Avec Assessoria Colaborativa
Baanko
Bely's Brechó
BemTeVi
Bio Fair Trade
BIOCERR – Biodegradáveis Cerrado
BNDES
Boomera
BrasilLab
British Council
CAF – Latin American Development Bank
Caraminhola
Carina Seles Comunicação e Ensino
Carolina Felicissimo Profissional Autônoma
Centro Universitário UDF
CESAR
CJE AL / Aéreo Projetos
Conecta Projetos
CONSENIOR
Cooperativa dos Criadores de Abelhas Indígenas da Amazônia em Boa Vista do Ramos – COOPMEL
Cooperativa Habitacional Central do Brasil – COOHABRAS
CTB Cosports
CVM
DENGO
Din4mo
Diva Inclusive Technologies
Dr. Consulta
Elena Martinis
Empreende Aí
Endeavor
Farol Incubadora de Empresas
FEA USP
FEBRABAN
FGV – EAESP
Finep
Fundação CERTI
Fundação Grupo O Boticário
Fundação Lemann
Fundação Telefônica Vivo
Fundação Tide Setubal
Fundação Volkswagen
Fundo Vale
Gabriel Mangabeira
GenteBoa Gestão de Marca
GIFE
Global Forest bond
GoodForAll
Green Business Post
Grupo ASO
Grupo Jurídico B
Housidea

Humberto Matsuda
Idesam
IFRR
IJANK MKT
Imaflora
Impact Hub
IN PACTO
in3citi S.A.
Instituto Arvorecer
Instituto da Oportunidade Social
Instituto Federal do Espírito Santo
Instituto Inovação
Instituto InterCement
Instituto Sabin
IPE – Instituto de Pesquisas Ecológicas
iRis
Itaú Unibanco
ITESS-CEFET/RJ
Kaeté
Kiduca – Singol Games
ManejeBem
Mercur SA
Ministério da Economia
MOV Investimentos
NESsT
Niltex
OfficeYou
Okena
Openeem.life
Palladium
Pedro Soares
Pernas, pra que te quero
PNUD
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Positiv.A
Positive Ventures
PRANAH e UFF– PPGAd
PreviCenter
Printec Comunicação
PUC Minas
PUC-Rio
PUCPR
Qualitare Consultoria e treinamento

Quintessa
R. Santoro Advogados Associados
Rachel de Oliveira Sampaio de Andrade
Ramon Jung
Recicleiros
Redação Online
RedBull Amaphiko
Rede Asta
RME
SEBRAE
Semente Negócios
Sense-Lab
Sistema B
Sistema B Internacional & ColaborAmerica
SITAWI
SmartSindicó
Social Good
Solidaridad Brasil
SOMOS B
Sumá
Tera
TNH Health
UAUW Technologic Solutions
UDF
UFRJ
UFRR
UNICAMP
Unisinos
Unisul
Universidade de São Paulo
Universidade Federal do Pará - UFPA
USP
Vedacit
VibEye
Vieira Rezende Advogados
VLuxo Acessórios
Vox Capital
Wilson Sons
Wright Capital Wealth Management
WTT
Wylinka
Yunus Aceleradora
Zurik Advisors

Realização



Parceiro técnico



Parceiros estratégicos



