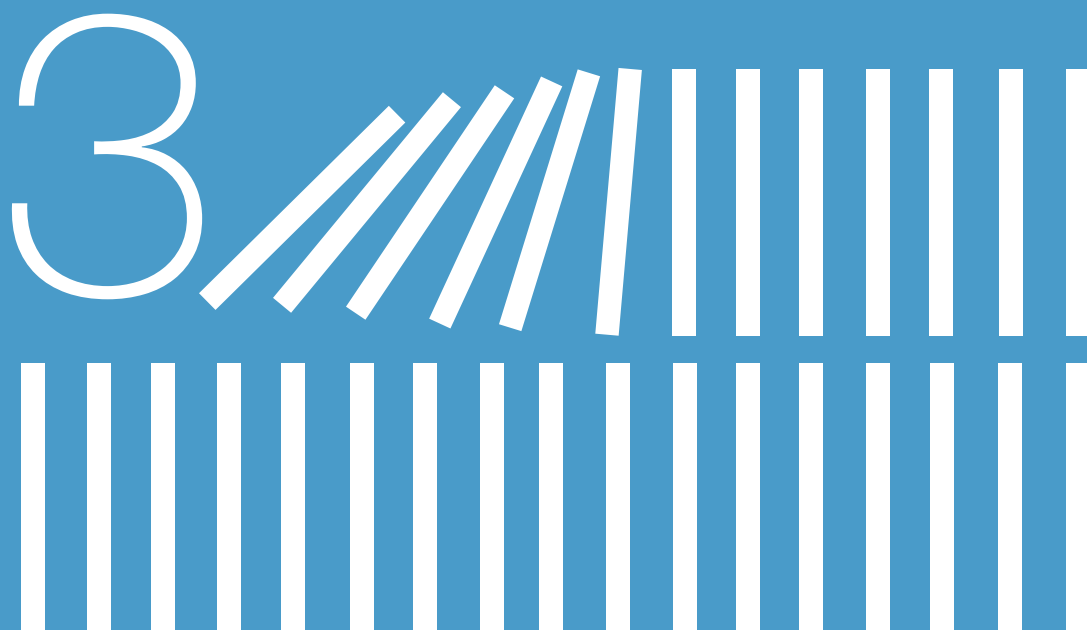


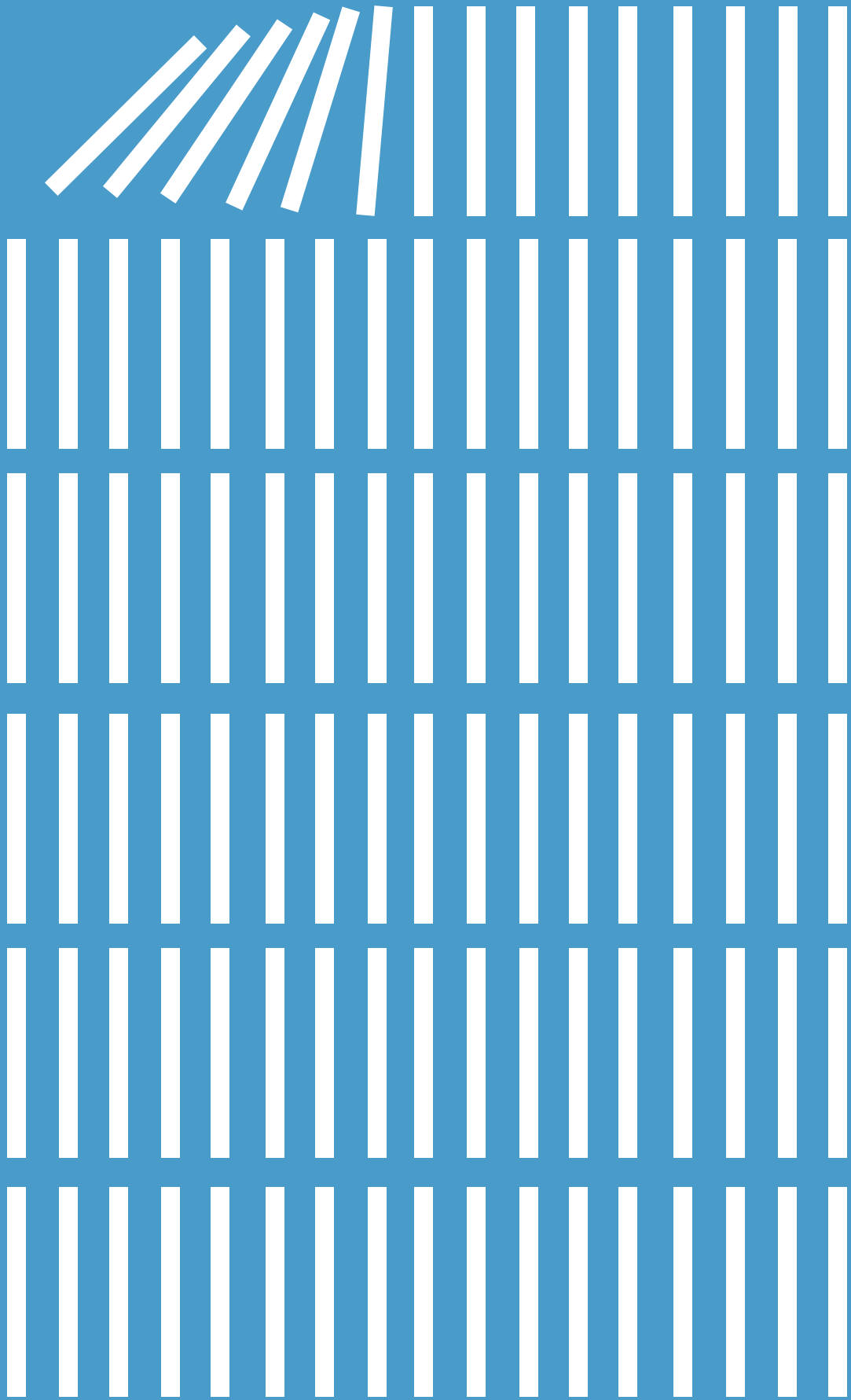


Empoderando vidas.
Fortalecendo nações.



*Retrato dos
Pequenos Negócios
Inclusivos e de
Impacto no Brasil
2017*





Realização

PNUD

Niky Fabiancic
Representante-Residente do PNUD no Brasil

Didier Trebucq
Diretor de País do PNUD no Brasil

Supervisão

Maristela Baioni
Representante-Residente Assistente para Programa do PNUD no Brasil

Cristiano Prado
Especialista de Programa - Pessoas e Prosperidade

Maria Teresa Fontes
Analista de Programa - Pessoas e Prosperidade

Coordenação

Luciana Aguiar
Gerente de parcerias para o setor privado

Equipe técnica

Natalia Sant'Anna Torres
Assistente de projeto

Maria Paula Marques
Consultora

SEBRAE

Guilherme Afif Domingos
Diretor-Presidente

Heloisa Regina Guimarães de Menezes
Diretora Técnica

Vinicius Lages
Diretor de Administração e Finanças

Unidade de Atendimento Setorial Comércio e Serviços

Ana Clévia Guerreiro
Gerente

Grazielle Vilela
Gerente Adjunta

Coordenação

Valéria Barros
Analista Técnica

Equipe técnica

Frederico Lopes Cabaleiro
Rafael Lima
Matheus Freitas (*estagiário*)

Pesquisa e Análise

Coordenação

Prof. Dr. Edgard Barki, professor FGV/EASP

Equipe técnica

Natália Sant'Anna Torres, analista de projeto, PNUD

Agradecimentos Especiais

Às organizações que apoiaram os empreendedores selecionados na Chamada Incluir 2017:

Artemísia
Aliança Empreendedora
Abelha
Inovativa de Impacto
Mov Investimentos
Sitawi
Yunus Negócios Sociais

Aos membros da Banca de Seleção da Chamada Incluir 2017:

Kim Machlup (Mov Investimentos)
Andrea Resende (SITAWI)

Empresas:

Larissa Tiemi Nakano (Deloitte)
Pedro Vasconcellos (Danone)
Rodrigo Brito (Coca-Cola)
Roberta Simões (BRASKEM)

Redes Empresariais e de apoio a empreendedores:

Carlos Pereira (Pacto Global)
Bárbara Dunin (Pacto Global)
Deise Haipek (Ashoka)
Samir Hamra (ICE)
Tatiana Mendizabal (Sistema B)

Fundações e Institutos:

Luis Fernando Guggenberger (Instituto Vedacit)
Fabio Deboni (Instituto Sabin)

Georgia Pessoa (Fundação Roberto Marinho)
Rafael Gioielli (Instituto Votorantim)
Fabio de Almeida Pinto (IDS)

Governo:

Lucas Ramalho Maciel (MDIC)

Academia:

Edgar Barki (FGV/EASP)
Graziella Comini (FEA/USP)
Jose Geraldo Setter Filho (Insper)
Maurício Turra (ESPM)

Sistema Nações Unidas:

Anne Posthuma (OIT)
Ismalia Afonso da Silva (PNUD)
Amanda Barroso Lima (PNUD)

Aos parceiros que apoiaram na disseminação e comunicação:

ANPROTEC
ANDE
Bankoo
Endeavor
ICE
Impact Hub
Sistema B
Universitec (UFPA)

Edição

PNUD Brasil

Projeto Gráfico e diagramação

Rafael Melo

Primeira edição

Setembro 2017

Tiragem

1000 exemplares



3

Prefácio

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento — PNUD

Didier Trebuçq

Os desafios do desenvolvimento são cada vez mais interdependentes, afetam simultaneamente países do Norte e do Sul e evoluem em um ritmo cada vez mais rápido. Em 2030, estima-se que teremos 8,5 bilhões de habitantes no planeta, dos quais aproximadamente 223 milhões de pessoas devem viver no Brasil¹. Para atender às demandas econômicas e sociais desta população, lidar com os efeitos de megatendências, como a inteligência artificial e a mobilidade, e preservar o meio ambiente, precisaremos de soluções audaciosas com inovações sociais e tecnológicas disruptivas.

Com capacidade de implementar, de se adaptar rapidamente e de inovar, os negócios de impacto social estão bem posicionados para encontrar novas soluções para alcançar os objetivos de desenvolvimento sustentável em 2030, uma agenda universal que, entre seus numerosos desafios, procura erradicar a pobreza extrema e a fome no mundo. Esta agenda apresenta oportunidades significativas para que os negócios abram novos mercados, atraindo investimentos, valendo-se das competências, expertises e recursos das empresas. Sua relevância também se coloca cada vez mais na agenda de investimento. Estima-se que aproximadamente 3 a 4 trilhões de dólares por ano são direcionados para esta agenda nos países em desenvolvimento.

Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) só podem ser alcançados se o país conseguir criar pequenos negócios bem estruturados e competitivos². Sabemos que 34 em cada 100 brasileiros adultos possuem uma empresa ou estão envolvidos com a criação de um negócio próprio³. Soma-se a isto a contribuição incontestável dos pequenos negócios para o desenvolvimento do país ao responderem por 27% do PIB e 51% dos postos de trabalho⁴. Desta forma, desempenham um papel vital para promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, o emprego e o trabalho decente, bem como impulsionar a produção sustentável e fomentar a inovação.

Os negócios também estão cada vez mais empenhados em responder às necessidades da sociedade através de mecanismos de mercado. Ao desenvolverem soluções comerciais inovadoras para melhorar a vida das pessoas, os negócios de impacto social colocam a geração de valor social no centro de sua missão. Contribuem assim para ampliar a oferta de serviços em saúde, telemedicina, energias renováveis, gerenciamento de resíduos ou mesmo para tornar as cidades mais resilientes, entre outras.

¹ Fonte: IBGE, Projeção da população do Brasil para o período 2000-2060. Revisão 2013.

² Fonte: OECD, Entrepreneurship at a Glance, OECD Publishing, 2016.

³ Fonte: Global Entrepreneurship Monitor, 2015.

⁴ Fonte: SEBRAE, 2014.

O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento entende ser essencial adotar medidas de fomento a novos modelos de negócio que desenvolvem soluções acessíveis e escaláveis para responder a problemas concretos em serviços essenciais, bem como estratégias de negócio que estimulam, sobretudo, a inserção da mulher, da população negra, das minorias étnicas e dos jovens em suas cadeias de valor, ampliando sua participação no sistema econômico e nas esferas de cidadania.

Por essas razões, é gratificante ver prosperar as ações desenvolvidas pela Iniciativa Incluir voltada para o apoio a empreendedores, investidores, aceleradoras de impacto social e atores comprometidos em encontrar soluções de negócios para a implementar essa agenda. Junto às pequenas empresas, a nossa principal via de articulação tem sido por meio da implementação de ações com o SEBRAE, para sensibilizar e atender a 2 mil empreendedores, bem como fortalecer o ambiente de apoio a negócios de impacto social no país.

Como demonstram os estudos aqui reunidos, os negócios de impacto social são recentes no país, mas apresentam um ritmo acelerado de crescimento. Para fortalecer esses empreendimentos é vital apoiar o desenvolvimento de modelos de negócio mais robustos e consolidados. Ao mesmo tempo, sua consolidação requer também uma gestão eficiente do conhecimento por parte dos seus atores. Nesse sentido, a sustentabilidade da governança do campo dos negócios de impacto social precisa envolver os empreendedores, em sua diversidade de gênero, raça ou condição social, no processo criativo de soluções e de produção de conhecimento. Da mesma forma, é fundamental ampliar a distribuição regional e setorial desses negócios como um caminho para reduzir a pobreza e a desigualdade em um país diverso e complexo como o Brasil.

O PNUD Brasil trabalha, em estreita colaboração com múltiplos parceiros em âmbito local, intensificando seu envolvimento com redes empresariais, empresas públicas e privadas, para alcançar áreas e comunidades onde o progresso tem sido mais lento, para tornar real o propósito de “não deixar ninguém para trás”. Reconhecemos que a parceria com o SEBRAE amplia e consolida ações, alinhadas em uma missão comum, capazes de potencializar iniciativas e atores propulsores do desenvolvimento sustentável, trabalhando, diariamente, para a construção de uma sociedade mais justa e mais equitativa.

Prefácio

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas — SEBRAE

Heloísa Menezes

O primeiro relatório mundial sobre empreendedores sociais, realizado pelo instituto de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2009, mostrou que quase 2% da população adulta estão envolvidos em alguma atividade social, em áreas que vão de educação e desenvolvimento econômico à preservação do meio ambiente. Uma minoria significativa lidera iniciativas sem fins lucrativos, seguindo preceitos de ferramentas de negócios, e muitos dos que ainda não trabalham nesse campo expressaram vontade de implementar projetos desse tipo em um futuro próximo.

Desde 2014, o SEBRAE inseriu na sua agenda estratégica de atuação, a temática dos negócios de impacto social e ambiental, como um dos eixos estratégicos de atendimento aos pequenos negócios. Estamos empenhados em contribuir na geração de negócios com propósito e lucro, estimulando pessoas da base da pirâmide a serem sócias, parceiras ou mesmo fornecedoras de produtos e serviços para o negócio de impacto social e ambiental.

A transformação digital e a economia do compartilhamento são chaves para a atuação mais efetiva dos negócios na economia do século XXI. Nesse contexto, a parceria do SEBRAE com o PNUD para a implementação do Projeto INCLUIR – Fortalecimento dos Negócios Inclusivos e Sociais no Brasil reúne ações para apoiar os pequenos negócios no aumento da competitividade e na integração desses nas cadeias globais de valor. Ou seja, os modelos de negócios de impacto social e ambiental podem gerar valor ao preencher lacunas de oportunidades para a solução de problemas globais.

As chamadas cadeias de valor híbridas refletem o ponto de encontro entre as empresas e os negócios sociais, podendo ter outros atores públicos envolvidos também para a geração de ganhos. Elas englobam uma mudança sistêmica na forma como esses atores interagem, porque tendem a capitalizar sinergias e forças complementares para incrementar benefícios, baixar custos e realizar a missão de atender a problemas globais.

Cada vez mais passamos a conhecer várias empresas que participam dessas iniciativas, na maior parte das vezes, concebidas e lideradas por empreendedores inovadores e visionários que, como não estão presos ao pensamento de negócios tradicional, podem identificar as melhores oportunidades para criar valor compartilhado. Enquanto as empresas contribuem com sua experiência em produção, capacidade de gerar escala e gerenciamento de operações e finanças, os empreendedores sociais colaboram com os baixos custos, as fortes redes sociais e o amplo conhecimento de suas comunidades e dos potenciais clientes.

A estratégia de atuação nacional do Macrosssegmento Negócios de Impacto Social e Ambiental vem sendo operacionalizada junto ao SEBRAE nos estados, observando as janelas de oportunidades nas cadeias de valor dos setores do Agronegócio, Indústria e Comércio e Serviços, a partir de um olhar sistêmico para as dimensões da produtividade, produto e mercado e desenvolvimento Local. Os principais segmentos onde surgem os negócios de impacto social e ambiental são: Educação, Saneamento básico e Habitação, Serviços Financeiros, Tecnologia da

Informação, Saúde, Meio Ambiente, Artesanato, Agricultura, Cultura, Energia, Mobilidade Urbana, entre outros.

Na 1ª. Edição da Chamada INCLUIR 2017 - SEBRAE/PNUD mapeamos 857 iniciativas empreendedoras que estão espalhadas pelo nosso Brasil em diversos segmentos. A partir daí, com parceiros de todo ecossistema, o desafio é dar apoio contínuo na gestão desses modelos de negócios inovadores para que tenham acesso a capacitação, mentorias e investimentos, de forma sustentável.

Soma-se a relação dos negócios de impacto social com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável que são outro aspecto fundamental a nortear a nossa atuação, pois são esses modelos inovadores de impacto que têm plena aderência aos 17 desafios globais apresentados, com um campo fértil para o desenvolvimento de soluções inclusivas.

Esperamos que as informações aqui apresentadas possam servir de insumos para empreendedores interessados em conhecer mais profundamente sobre a temática dos negócios de impacto social e ambiental e dos instrumentos que estão disponíveis para apoio nas tomadas de decisão.

Boa leitura!

Retrato dos Pequenos Negócios Inclusivos e de Impacto no Brasil - 2017

(837 iniciativas mapeadas)

Negócios em Fase Inicial

- 51% com menos de um ano de operação e 1/3 na fase de ideação
- 79% com faturamento abaixo de R\$ 60.000/ano
- 70% atua no setor de serviços e 51% opera B2C (Business to Consumer)

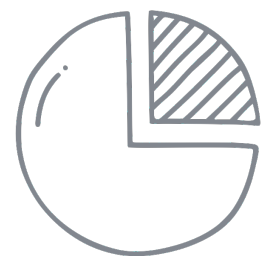


Diversidade Regional

- 28% nas regiões Norte, Nordeste e Centro Oeste.
- Centro Oeste e Norte têm negócios em estágios mais iniciais e com pouco tempo de operação.
- Centro Oeste e Nordeste com atuação mais relevante em Higiene e Cosméticos. Nordeste tem uma representatividade maior em Turismo e Moda. Norte destaca-se em habitação e alimentos e bebidas. Sudeste com atuação mais intensa em educação, serviços financeiros e promoção de paz e justiça. Sul com um foco um pouco maior em saneamento, mobilidade e habitação.

Diversidade de Gênero

- 45% de mulheres empreendedoras.
- Mulheres com atuação mais representativa em Comércio, em negócios em fases iniciais e atuando principalmente com equidade de gênero (68%), moda (65%), higiene e cosméticos (60%) e turismo (53%).



Proposta de Valor

- Problemas centrais ligados a dilemas sociais, destacando-se as questões de acesso, renda, mulheres e trabalho.
- Apesar das questões ambientais serem menos relevantes, elas também estão bastante representadas nessa amostra, com destaque para aos temas de resíduos e água.
- Relevância de iniciativas ligadas a trabalhos em Comunidade e Desenvolvimento Local, mas também com várias soluções usando tecnologia, com a importância de plataformas e aplicativos.



ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Os ODS com mais negócios atuando são o **8** (Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos), **3** (Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades) e **4** (Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos).

Conclusões e Tendências

- Os negócios mapeados na Chamada de Casos Incluir têm uma grande diversidade em termos regionais, gênero e segmentos de atuação. Eles são um retrato de pequenos negócios, muitos em fase de ideação e validação, que ainda têm muito a se desenvolver. Há implícito uma dificuldade de escalar e de gestão que indica a necessidade de mais apoio do ecossistema de negócios inclusivos a esses empreendedores por vezes isolados e que buscam, em diversas iniciativas, melhorar o País a partir de sua comunidade. Ressalta-se também a preocupação de vários com o uso de tecnologia para escalar seus negócios.
- Educação, cultura, acesso a trabalho e renda, cidades sustentáveis, economia verde e saúde são temas centrais e muitas vezes transversais aos empreendimentos.

Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017, PNUD/SEBRAE.

Sumário

Introdução p 10

Perfil dos Empreendedores & p 13
Iniciativas

Segmentação p 17

Proposta de Valor p 22

Conclusões e Tendências p 28

01.

Introdução

01. Introdução

Pequenos negócios respondem pela esmagadora maioria dos empreendimentos do setor privado no mundo e representam uma parcela muito expressiva da atividade econômica mundial nos países desenvolvidos e em desenvolvimento. No Brasil, os pequenos negócios respondem por 27% do PIB e 52% dos empregos com carteira assinada⁵. Diante desses números, o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) só podem ser alcançados se o país conseguir estruturar e apoiar pequenos negócios fortes.

Nesta agenda, os negócios inclusivos e de impacto têm um papel de liderança a desempenhar, pois têm o propósito de promover o desenvolvimento econômico, social e ambiental. Ao responder às necessidades da sociedade através de mecanismos de mercado, os empreendimentos de impacto social, em particular, contribuem para a entrega de bens e serviços públicos, como cuidados de saúde (ODS 5) ou gerenciamento de resíduos (ODS 12), entre outros, também empregam frequentemente pessoas que se encontram à margem do mercado de trabalho, reduzindo as desigualdades (ODS 10). Neste sentido, atuam como uma fonte importante de empregos em diversos setores econômicos e áreas geográficas (ODS 8).

Os pequenos negócios são os principais impulsionadores da inovação, pois podem trabalhar fora dos paradigmas dominantes no mercado. Podem desenvolver soluções para tornar a tecnologia mais acessível dos mais pobres e as cidades a se tornarem mais inclusivas, por exemplo. Na mesma medida, podem ajudar a alcançar a igualdade de gênero através do empreendedorismo das mulheres.

Este relatório tem como objetivo ampliar o entendimento sobre as iniciativas brasileiras que buscam gerar, por meio da operação do seu core business, impacto social positivo, ou seja, sua atividade principal deve beneficiar diretamente a sociedade, sobretudo, pessoas de menor renda.

Buscou-se assim identificar modelos de negócios que oferecem, por meio de seu core business, bens, serviços e meios de sustento, de maneira comercialmente viável, em escala ou de maneira escalável, para as pessoas de menor renda, tornando-as parte da cadeia de valor da empresa como fornecedores, distribuidores, revendedores ou clientes.

Estes empreendimentos foram também identificados pelo perfil dos seus empreendedores, sendo eles de modelos de negócios desenvolvidos por potenciais empreendedores, potenciais empresários, produtores rurais, MEI, micro e pequenas empresas comprometidos com o desenvolvimento de soluções capazes de gerar impacto social positivo para a sociedade e também de oferecer oportunidades de inclusão socioeconômica para cidadãos e cidadãos de menor renda.

Como fonte de dados, o estudo utilizou as informações levantadas a partir da Chamada de Casos Incluir 2017, que teve como objetivo identificar e reconhecer negócios inclusivos e de impacto social de todo o país capazes de responder às demandas apontadas pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

O extenso número de iniciativas identificadas, 837 no total⁶, retrata a efervescência do campo de negócios inclusivos e de impacto no Brasil. Contudo, não se propõem a ser um mapeamento geral e exaustivo desses negócios, mas apresenta uma perspectiva capaz de ampliar o olhar sobre a diversidade de negócios com propósito que prosperam nas diferentes

⁵ Fonte: SEBRAE, 2011

⁶ Inicialmente foram identificadas 857 iniciativas. Dessas 20 foram excluídas por falta de informações e/ou duplicidade de negócios de um mesmo empreendedor com perfil muito similar. Assim sendo, a análise do presente relatório focará 837 iniciativas.

regiões país, dando visibilidade a iniciativas em estágios iniciais e que apresentam potencial de gerar impacto no médio e longo prazo.

Sobre a Chamada de Casos Incluir 2017

A chamada deu continuidade ao trabalho realizado em 2015 pela Iniciativa Incluir do PNUD Brasil, tendo o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR) e Confederação Nacional da Indústria (CNI) como parceiros realizadores e o SEBRAE Nacional como parceiro institucional. As iniciativas selecionadas nesta primeira edição foram reconhecidas e tiveram seus casos publicados no relatório “Mercados Inclusivos no Brasil: desafios e oportunidades do ecossistema de negócios”. Cinco destes fazem, atualmente, parte do portfólio global de estudos de casos da Plataforma G20 de Negócios Inclusivos¹.

Em seu segundo ano de atuação, o PNUD e o SEBRAE lançam, com apoio de diversos parceiros, um edital convocando empreendedores e potenciais empreendedores a apresentar suas ideias, casos e boas práticas em negócios inclusivos e/ou sociais, com o intuito de mapear e reconhecer modelos de negócios comprometidas com a geração de impactos positivos à sociedade e com a inclusão socioeconômica de cidadãs e cidadãos de menor renda.

Em 2017, foram selecionados por uma banca de especialistas 10 iniciativas classificadas nas seguintes categorias:

Ideia Inovadora: Carborroz

Negócio de Impacto Social: Firgun

Negócio de Impacto Ambiental: Vianatus

Negócio de Impacto em Escala: SmartMEI

Negócio de Impacto Rural: Adapta

Negócio Inclusivo na Cadeia de Valor: Saladorama

Reconhecimento Especial:

Juventude de Impacto: Moradigna

Mulheres de Impacto: Muda meu mundo

Soluções para melhor idade: MaturiJobs

Integração dos ODS: Construção de Tecnologias Sociais Agroecológicas no interior do Maranhão

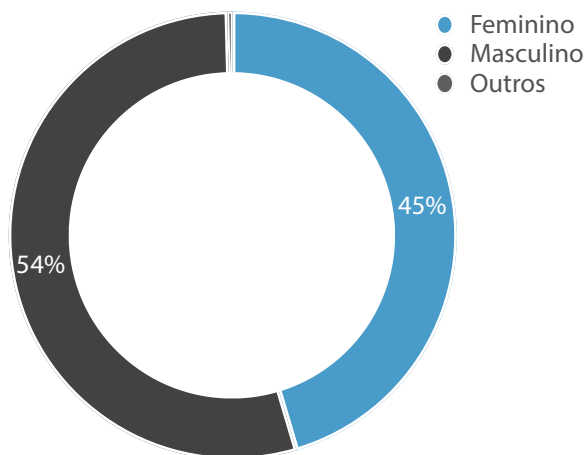
02.

Perfil dos
Empreendedores
& Iniciativas

02. Perfil dos Empreendedores & Iniciativas

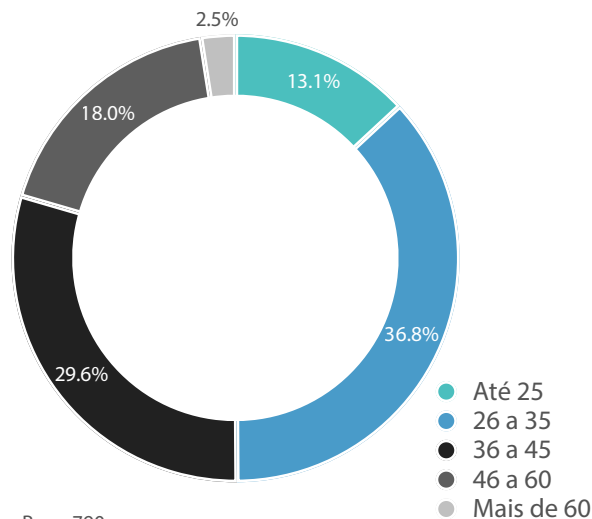
Dos 837 negócios analisados, 47 foram preenchidos por um colaborador e 790 pelo próprio empreendedor. O perfil destes empreendedores é relativamente equilibrado entre homens e mulheres, apresentando uma pequena predominância de empreendedores homens (54%), com idade entre 26 e 35 anos (37%).

Gênero das/os empreendedoras/es idealizadoras/es:



Base: 790 pessoas

Faixa etária das/os empreendedoras/es idealizadoras/es:

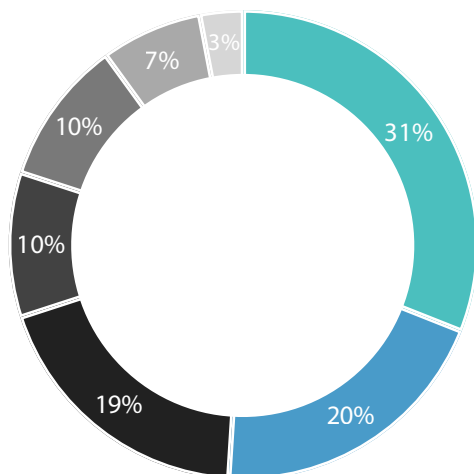


Base: 790 pessoas

Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

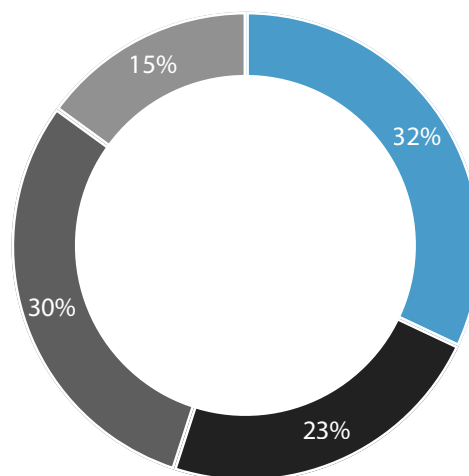
A maior parte do público é composta por potenciais empreendedores (31%) e microempresas (20%), em estágios iniciais de sua operação (ideação ou validação). 30% encontram-se em fase de lançamento no mercado e operação, sendo que apenas 15% estão em fase de escala.

Perfil do Negócio:



- Potencial Empreendedor
- Microempresa (ME)
- Microempreendedor Individual (MEI)
- Potencial empresário com negócio
- Potencial empresário sem negócio
- Empresa de Pequeno Porte (EPP)
- Produtor Rural

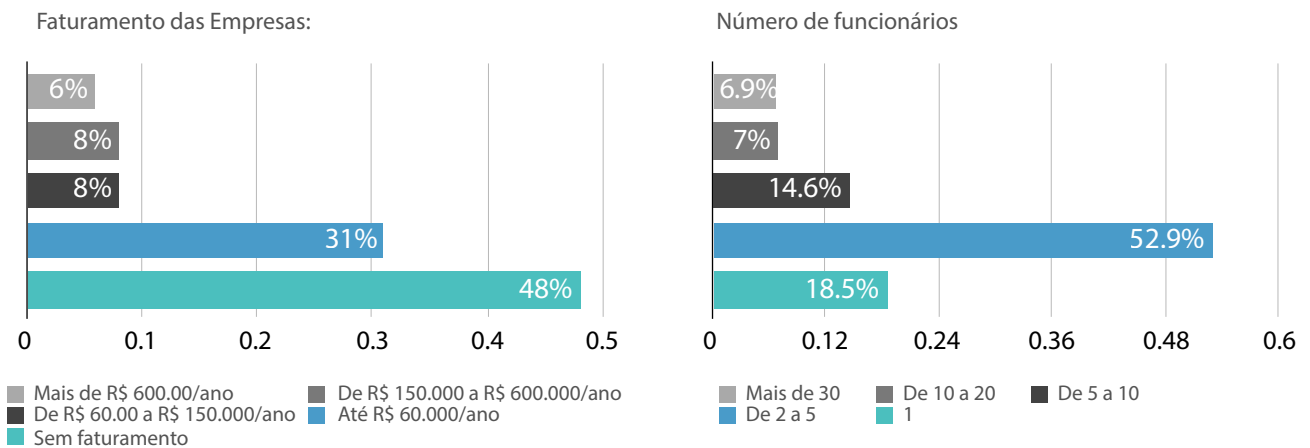
Estágio da Iniciativa:



- Ideação
- Validação
- Lançamento no mercado e operação
- Expansão e Escala

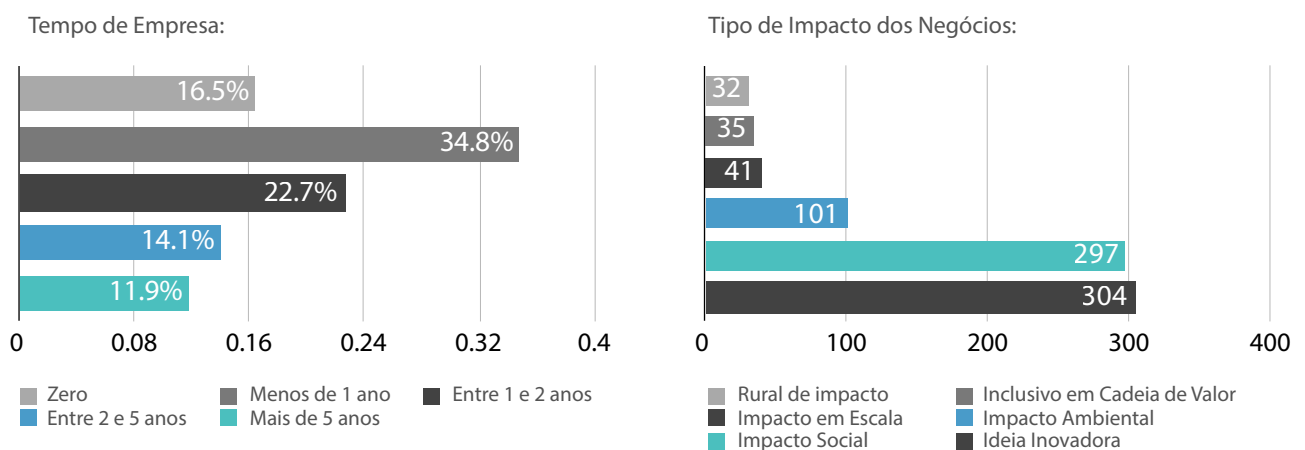
Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

O estágio inicial dos empreendimentos se reflete também no tamanho e tempo de atuação. A grande maioria da amostra é composta por organizações nascentes e pequenas.



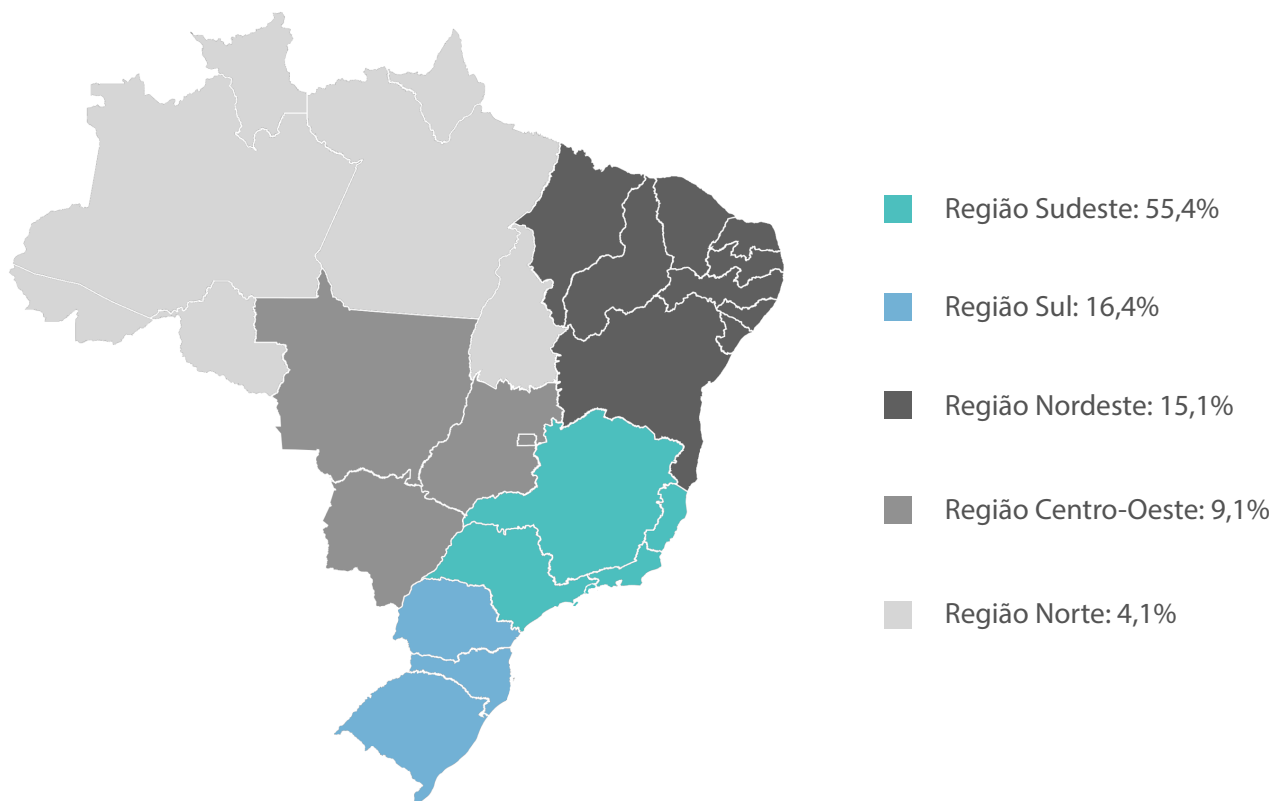
Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Tendo em vista o tempo de operação e o tamanho das organizações, a maioria das iniciativas considera-se uma ideia inovadora. O número de negócios que se denomina de impacto social é quase três vezes maior do que os negócios de impacto ambiental. Apenas 5% se consideram como um negócio de impacto em escala – percentual equivalente em relação aos negócios inclusivos em cadeia de valor. Apesar de uma parcela menor denominar-se Negócio com impacto rural, a agricultura e a alimentação saudável são temas recorrentes nas iniciativas mapeadas.



Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

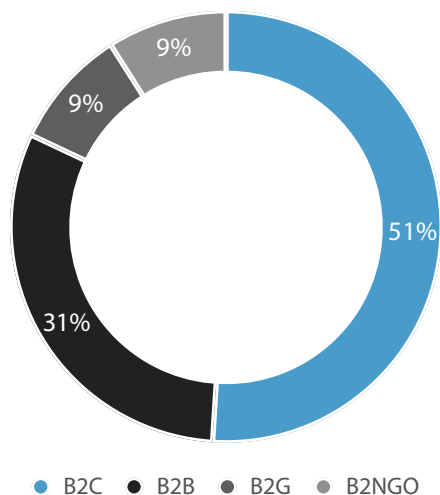
A maioria das iniciativas está localizada no Sudeste. Contudo, destaca-se a importância das regiões Nordeste, Centro-Oeste e Norte, que, juntas, representam quase 30% da amostra, o que demonstra a diversidade regional e a visão mais ampla que essas iniciativas representam no mapeamento. Com exceção do Acre e Rondônia, todos os estados estão representados na amostra.



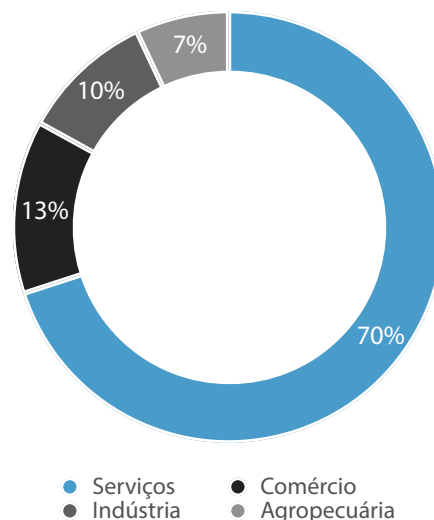
Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Por fim, a maioria dos empreendimentos atua na área de serviços (70%), com uma distribuição relativamente baixa e similar entre os setores de comércio, indústria e agropecuária.

Modelo de Negócios:



Área de Atuação:



Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Destacam-se os modelos de negócios que vendem, diretamente, ao consumidor final (51%), seguidos por aqueles que operam no modelo business to business. Chama a atenção o baixo grau de relacionamento com os governos, o que aponta um desafio importante para que esses negócios consigam ganhar escala e maior alcance para atender à população em geral.

03.

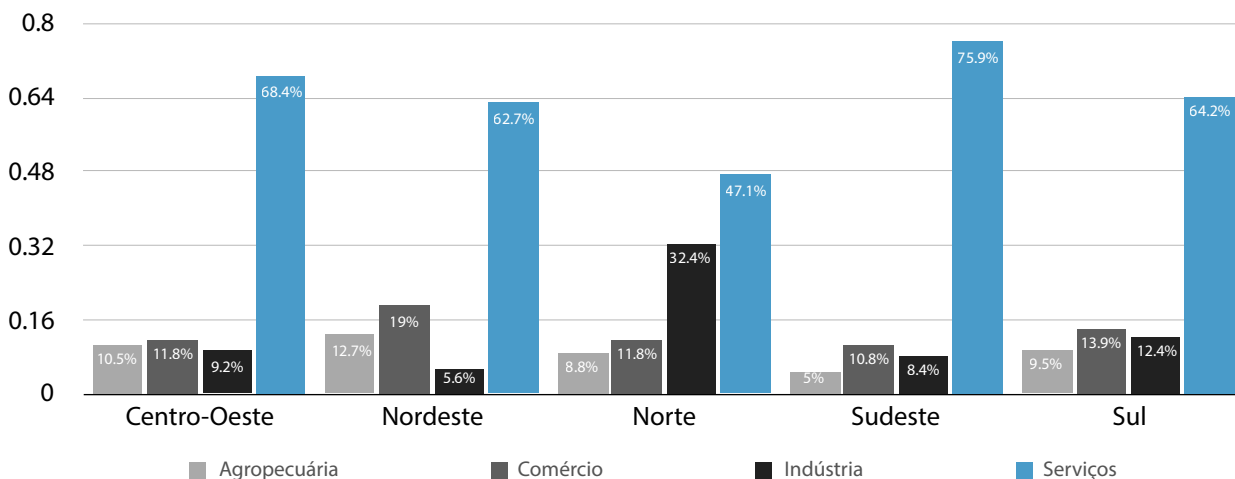
Segmentação

03. Segmentação

Dois tipos de segmentação mostraram-se relevantes nessa amostra. A primeira estava relacionada às regiões de atuação; e a segunda, à questão de gênero.

No caso da segmentação por região, destaca-se a relevância da indústria na região Norte, dos serviços no Sudeste, do comércio no Nordeste e da agropecuária no Centro-Oeste e Nordeste.

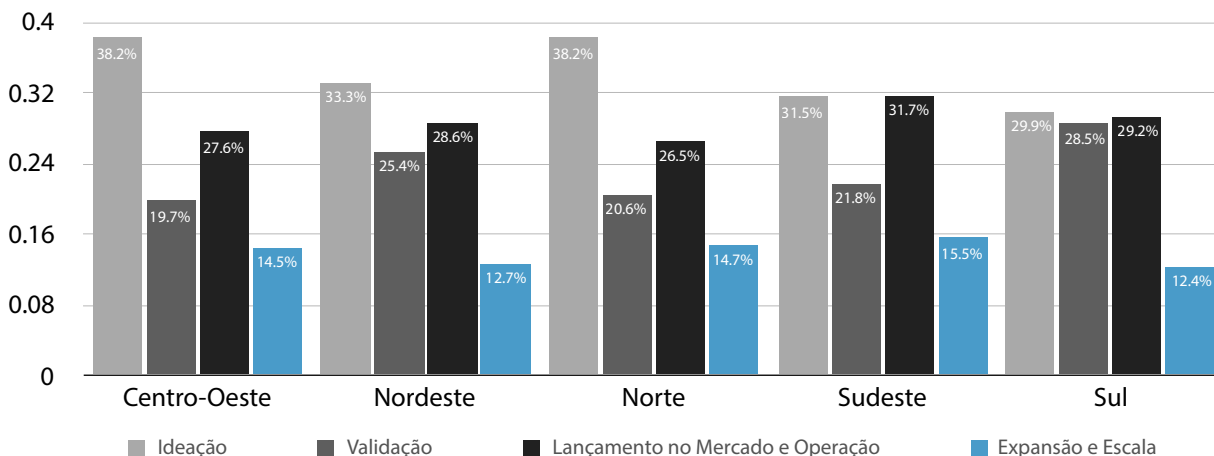
Setor de atuação por região



Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Em relação ao estágio dos negócios, o Centro-Oeste e o Norte têm negócios em estágios mais iniciais e com pouco tempo de operação, o que pode mostrar uma tendência de crescimento dos negócios, nessas regiões. No Nordeste e no Sul, um em cada quatro negócios está na fase de validação. Destaca-se, nessas regiões, a quantidade de empreendimentos com mais de cinco anos. No Sudeste, os negócios estão em estágios mais avançados no ciclo de maturação, com 47% deles nas etapas de lançamento, operação, expansão e escala.

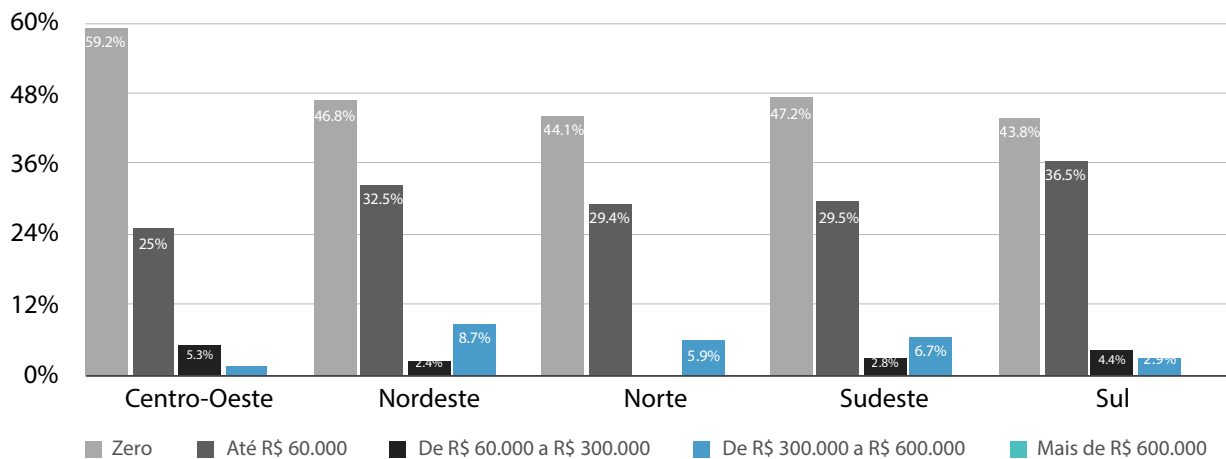
Estágio dos Negócios



Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Condizente com os dados acima, a região Centro-Oeste tem a maioria dos seus negócios ainda sem faturamento. O Nordeste e o Sul têm, aproximadamente, 1/3 dos seus negócios com faturamento de até R\$ 60.000/ano. Destacam-se, também no Nordeste, os negócios com faturamento acima de R\$ 600.000/ano, com ênfase, neste caso, para o Estado da Bahia. O Norte possui o maior valor relativo de negócios, com faturamento entre R\$ 60.000 e R\$ 300.000, e o Sudeste possui, relativamente às outras regiões, negócios de maior porte.

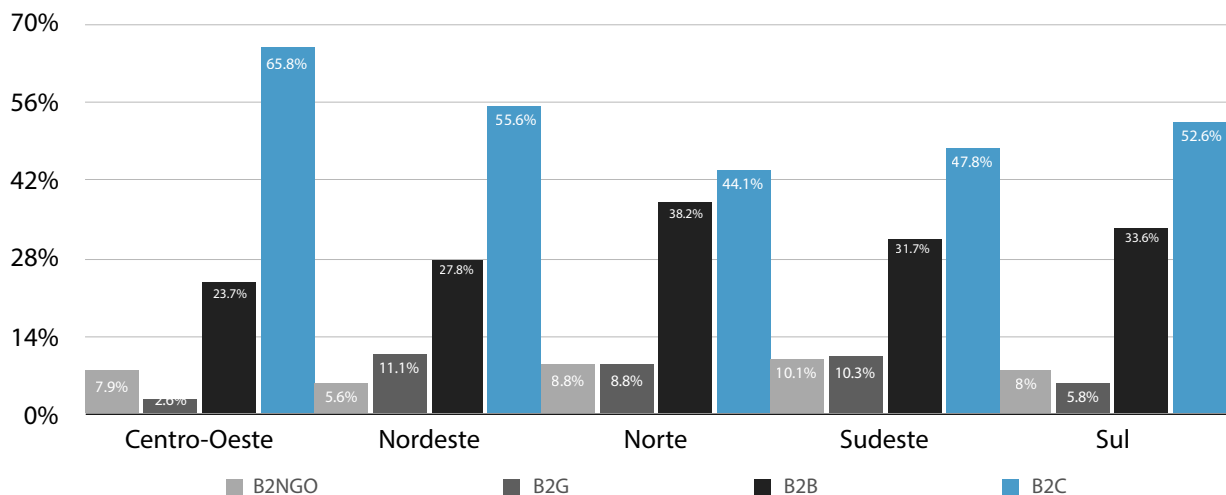
Faturamento dos Negócios (por ano)



Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Em relação ao modelo de negócios, o Centro-Oeste se destaca pela quantidade de empreendimentos que atende, diretamente, aos consumidores (B2C – Business to Consumer). O Nordeste, além do grande número de negócios B2C, também possui, relativamente, muitos negócios que atendem ao governo (B2G – Business to Government). O Norte é a região com maior proporção de negócios que atendem a empresas (B2B – Business to Business). O Sudeste, apesar da concentração em B2C e B2B, tem uma diversificação maior dos negócios com destaque para os 10% de negócios que atendem a ONGs (B2NGO – Business to NGOs).

Modelos de Negócios



Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Em relação aos segmentos de atuação, há diferenças bastante relevantes entre as regiões. Tanto o Centro-Oeste quanto o Nordeste têm uma atuação mais relevante em higiene e cosméticos. O Centro-Oeste também apresenta, relativamente, vários negócios em economia digital e equidade e gênero. Já o Nordeste tem uma representatividade maior em turismo e moda. Na Região Norte, destacam-se os segmentos de habitação e alimentos e bebidas. Já no Sudeste, há uma atuação mais intensa em educação, serviços financeiros e promoção de paz e justiça. Por fim, a região Sul tem um foco um pouco maior em saneamento, mobilidade e habitação.

Segmento de Atuação	Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul
Acesso a Trabalho e Renda	8%	17%	3%	56%	17%
Alimentos e Bebidas	5%	17%	10%	51%	17%
Cidades Sustentáveis/Acessíveis	8%	11%	6%	59%	16%
Cultura	9%	14%	5%	60%	12%
Economia Digital	13%	14%	7%	52%	14%
Economia Verde	10%	14%	3%	54%	19%
Educação	10%	12%	2%	63%	13%
Energia	7%	18%	7%	50%	18%
Equidade e Gênero	12%	13%	3%	54%	18%
Fortalecimento das Instituições e da Democracia	7%	13%	4%	61%	15%
Habitação	7%	12%	11%	49%	21%
Higiene e Cosméticos	15%	30%	10%	35%	10%
Logística e Mobilidade	7%	9%	7%	56%	21%
Moda	10%	23%	2%	50%	15%
Outro	7%	20%	3%	56%	15%
Promoção de Paz e Justiça	8%	9%	3%	62%	18%
Saneamento Urbano e Rural	5%	12%	7%	53%	22%
Saúde e Bem-estar	9%	10%	6%	57%	18%
Serviços Financeiros e Acesso a Capital	6%	17%	9%	63%	6%
Soluções para o Campo e a Agricultura	8%	19%	7%	48%	18%
Treinamento	8%	17%	3%	56%	17%
Turismo	7%	23%	7%	52%	11%
Total	8%	15%	5%	56%	16%

Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

No caso da segmentação dos empreendedores por gênero, o Sudeste é a região com maior proporção de empreendedoras mulheres (48,5% da amostra), e o Norte tem a menor quantidade de mulheres (apenas 34,4%).

No comércio, as mulheres representam a maioria dos empreendedores (55%), mas ainda estão pouco representadas em setores como a agropecuária (36%) e a indústria (33%).

Da mesma forma, as mulheres permanecem pouco representadas em negócios de maior porte, particularmente aqueles com faturamento acima de 600.000 reais por ano (30%).

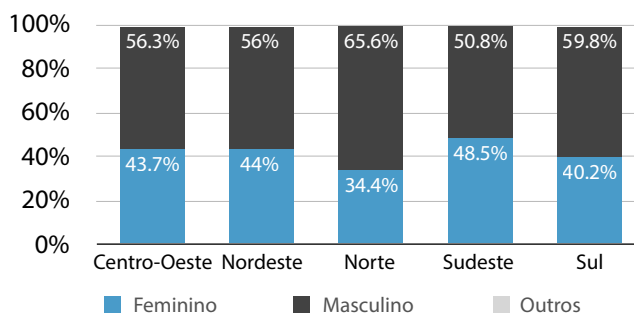
Contudo, é importante notar que há uma perspectiva de crescimento de empreendedoras, na medida em que as mulheres são maioria em negócios na fase de ideação (52%) ou em negócios que ainda não começaram a operar (56%).

No que se refere aos segmentos de atuação, as mulheres estão mais presentes em empreendimentos voltados para a equidade de gênero (68%), moda (65%), higiene e cosméticos (60%) e turismo (53%). Por outro lado, as mulheres estão pouco representadas nos segmentos de logística e mobilidade (26%), serviços financeiros e acesso a capital (24%) e energia (19%).

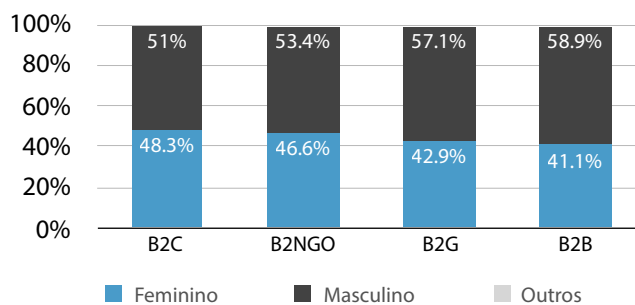
Segmento de Atuação	Fem.	Masc.	Outros
Equidade de Gênero	67,8%	31,0%	1,1%
Moda	65,3%	34,7%	0,0%
Higiene e Cosméticos	60,0%	40,0%	0,0%
Turismo	52,5%	47,5%	0,0%
Treinamento	48,7%	50,3%	1,1%
Acesso a Trabalho e Renda	48,7%	50,3%	1,1%
Fortalecimento das Instituições e da Democracia	47,8%	52,2%	0,0%
Educação	47,6%	51,5%	0,9%
Alimentos e Bebidas	46,9%	53,1%	0,0%
Cultura	46,6%	52,5%	0,9%
Promoção de Paz e Justiça	46,5%	53,5%	0,0%
Saúde e Bem-estar	43,7%	55,7%	0,6%
Habitação	40,7%	59,3%	0,0%
Saneamento Urbano e Rural	38,6%	59,6%	1,8%
Economia Verde	37,3%	62,0%	0,6%
Cidades Sustentáveis/Acessíveis	34,4%	65,0%	0,6%
Soluções para o Campo e a Agricultura	32,1%	67,9%	0,0%
Economia Digital	29,3%	69,5%	1,2%
Logística e Mobilidade	26,2%	73,8%	0,0%
Serviços Financeiros e Acesso a Capital	24,2%	75,8%	0,0%
Energia	18,6%	81,4%	0,0%
Total	45,4%	54,2%	0,4%

Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

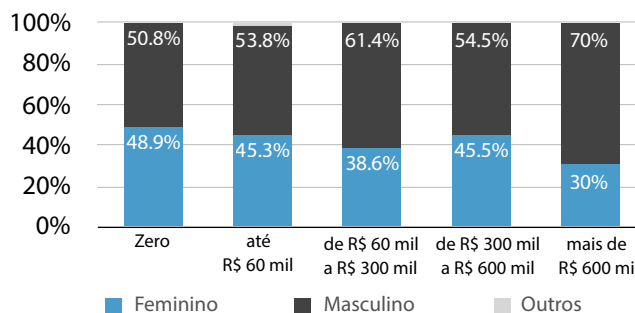
Gênero por Região



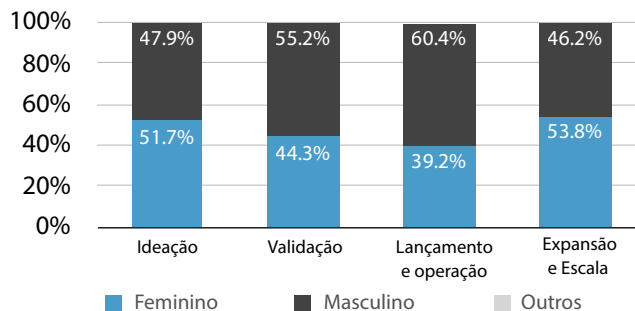
Gênero por Modelo de Negócio



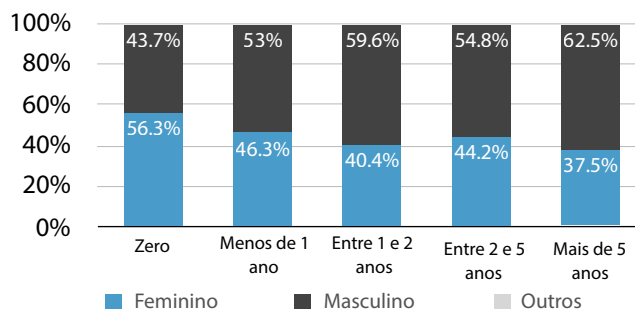
Gênero por Faturamento



Gênero por Estágio da Empresa



Gênero por Tempo de Empresa



04.

Proposta de
Valor

04. Proposta de Valor

Os negócios inclusivos e de impacto social buscam resolver um conjunto de problemas bastante distintos. As Figuras 1 e 2 mostram, graficamente, as palavras mais utilizadas nas descrições dos problemas que buscam resolver e das soluções desenvolvidas pelos empreendedores.

Alguns problemas centrais estão ligados a dilemas sociais, destacando-se as questões de **acesso, renda, mulheres e trabalho**, como ilustra a Figura 1. Apesar das questões ambientais ainda serem menos presentes, estas também estão bastante representadas nessa amostra, com destaque para os temas de **resíduos sólidos e água**.

Em linha com os problemas identificados, as soluções descritas pelos empreendimentos seguem a mesma trajetória, destacando-se, neste caso, a presença de iniciativas voltadas para as **comunidades** em que atuam e com foco no **desenvolvimento local**. Ao mesmo tempo, nota-se a expressiva presença de soluções com base tecnológica, destacando-se o desenvolvimento de soluções ancoradas em **plataformas e aplicativos**. Ressalta-se, também, nas soluções apresentadas, a relevância das palavras “produto”, “empresa”, “serviço” e “mercado”, o que demonstra o foco de em se desenvolverem soluções financeiramente viáveis.

Tanto nos problemas quanto nas soluções, uma palavra de destaque é “pessoa”, mostrando a intenção de melhorar a vida das pessoas e criar um impacto positivo na sociedade.

Figura 1: Principais problemas relacionados pelos negócios



Figura 2: Principais soluções relacionadas pelos negócios



Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Como consequência, a maioria dos negócios atua nas áreas de educação, cultura, treinamento, acesso a trabalho e renda e cidades sustentáveis/acessíveis, economia verde, saúde e bem-estar.

Segmento de Atuação	n*	%
Educação	243	29%
Cultura	233	27,8%
Treinamento	197	23,5%
Acesso a Trabalho e Renda	197	23,5%
Cidades sustentáveis/Acessíveis	186	22,2%
Outro	176	21,0%
Economia Verde	164	19,6%
Saúde e Bem-Estar	161	19,2%
Equidade e Gênero	91	10,9%
Alimentos e Bebidas	88	10,5%
Economia Digital	86	10,3%
Soluções para o Campo e a Agricultura	85	10,2%
Promoção de Paz e Justiça	76	9,1%
Fortalecimento das Instituições e da Democracia	71	8,5%
Turismo	61	7,3%
Saneamento Urbano e Rural	58	6,9%
Casa e Construção	57	6,8%
Habitação	57	6,8%
Moda	52	6,2%
Energia	44	5,3%
Transporte	43	5,1%
Logística e Mobilidade	43	5,1%
Serviços Financeiros e Acesso a Capital	35	4,2%
Higiene e Cosméticos	20	2,4%

*Autoclassificação dos negócios. Cada negócio poderia ter mais do que um segmento de atuação

Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Os negócios cujo segmento de atuação é **educação** estão voltados para atender aos grupos mais vulneráveis, em que se destacam jovens, mulheres, deficientes, negros e imigrantes/refugiados. Há uma boa parcela dos negócios ligados à educação com foco em sustentabilidade, reciclagem e agricultura, demonstrando uma visão mais holística em relação à educação. Os modelos desses negócios estão voltados também para o

treinamento, a capacitação e o empoderamento desses grupos, particularmente de quilombolas e indígenas.

Os negócios relacionados à **cultura** são bastante diversificados. Englobam tanto a capacitação em cinema e teatro quanto as oficinas para Makers. Soma-se a isto a área de turismo sustentável e a oferta de espaços e serviços de culinária gourmet de baixo custo.

Ressalta-se, também, a relevância de negócios ligados à agricultura orgânica.

Se, por um lado, aparentemente, serviços de **treinamento e acesso a trabalho e renda** poderiam apresentar-se como segmentos de atuação mais homogêneos, por outro, sua diversidade também se apresenta de forma marcante. É interessante notar que vários negócios nesses segmentos têm atuação na área de reciclagem e muitos estão voltados para atender aos segmentos mais pobres, com iniciativas que englobam a educação patrimonial.

O segmento de **idades sustentáveis/ acessíveis** também é marcado pela variedade, em que se destacam negócios ligados à energia, com ênfase para energia solar, acesso a água e agricultura. Em **economia verde**, os negócios seguem a mesma lógica, com ênfase em reciclagem, agricultura e energia, mas também se ressaltam, nesse caso, a produção de produtos sustentáveis e o desenvolvimento de hortas orgânicas. No segmento de **saneamento urbano e rural**, além da questão de saneamento básico, trabalha-se muito com projetos de captação e purificação de água, reciclagem e desenvolvimento de produtos mais sustentáveis.

Os negócios no segmento de **saúde e bem-estar** tratam muito de serviços ligados à alimentação saudável, agricultura e reciclagem. Atuam, ainda, com hortas orgânicas, conscientização ambiental e empoderamento de mulheres.

Nos segmentos de **logística e mobilidade e transporte**, destacam-se alguns serviços que buscam melhorar a mobilidade, como novos modos de pagamento, transporte público, serviços de entrega sustentáveis e mobilidade de deficientes. Já no caso de **turismo**, vários negócios buscam atuar com turismo sustentável e com empoderamento de empreendedores e artistas locais.

No segmento de **alimentos e bebidas**, ressaltam-se os negócios ligados à agricultura e à alimentação saudável. Já em **higiene e cosméticos** e em **moda**, há um interesse no

desenvolvimento de produtos mais sustentáveis.

Salienta-se que no segmento de **economia digital**, vários negócios estão buscando maior eficiência na captação de recursos para ONGs. Em **casa e construção**, têm destaque as construções de baixo custo, saneamento básico e reciclagem, por exemplo, para a fabricação de blocos de concreto.

No caso dos negócios do segmento de **equidade e gênero**, além da busca pelo empoderamento de mulheres, há uma preocupação especial em alguns segmentos, como os das negras, indígenas e deficientes. Nos segmentos de **fortalecimento das instituições e da democracia e promoção de paz e justiça**, ressaltam-se a relevância de captação e a capacitação de ONGs, mas também de empoderamento, treinamento e capacitação de populações mais vulneráveis, e o interesse de alguns negócios em trabalhar com políticas públicas, plataformas jurídicas e desenvolvimento local.

Figura 3: Descrição dos modelos de negócios



Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

A figura 3 mostra como os modelos de negócios das iniciativas foram descritos para resolver os problemas socioambientais. Além das palavras básicas para descrever um negócio, como **Produto, Serviço, Empresa, Público, Venda, Cliente e Receita**, destacam-

se pontos relevantes, como a busca por **parcerias, trabalho em rede, uso de plataformas on-line**. Isso mostra mais uma vez a diversidade dos negócios que, por um lado, buscam atuar de uma forma local nas comunidades, mas, por outro, vários têm um olhar de escalabilidade e utilizam a internet como plataforma.

Na percepção dos empreendedores, o impacto social das suas iniciativas está

diretamente ligado aos produtos e serviços que eles oferecem. Há um destaque também para o empoderamento das comunidades do entorno, ressaltando, novamente, a questão do desenvolvimento local. Contudo, é relativamente menor o número de negócios que percebem seu impacto na inclusão de pessoas de menor renda na cadeia de distribuição.

Tipo de Impacto Social	# Iniciativas*
O produto/serviço que ofereço aos meus clientes gera, diretamente, um impacto positivo na vida de cada um, solucionando um problema de desenvolvimento.	542
Empoderamento das comunidades do entorno do negócio ou promoção do desenvolvimento	463
Criação de oportunidades de geração de renda, como colaboradores, funcionários ou fornecedores.	408
Melhora da produtividade das pessoas de baixa renda.	303
Pessoas de menor renda são incluídas em minha cadeia de suprimentos, como parte do meu modelo de negócio.	262
Pessoas de menor renda são incluídas em minha cadeia de distribuição, como parte do seu modelo de negócio.	210
Realizo ações filantrópicas e de responsabilidade social, isto é, sem retorno financeiro (por exemplo, doações a entidades sociais, voluntariado...).	218
Outro	180

*Pergunta fechada, com possibilidade de resposta de mais de uma alternativa

Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Para resolver as questões sociais, os negócios têm públicos distintos, sendo que grande parte atua, diretamente, com jovens (39%), mulheres (25%), terceira idade (10%), e/ou classes C, D ou E (29%).

Alinhamento com os ODS

O tema dos negócios inclusivos e de impacto social tem se tornado cada vez mais relevante dentro do contexto da Agenda 2030 e para a localização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), no Brasil.

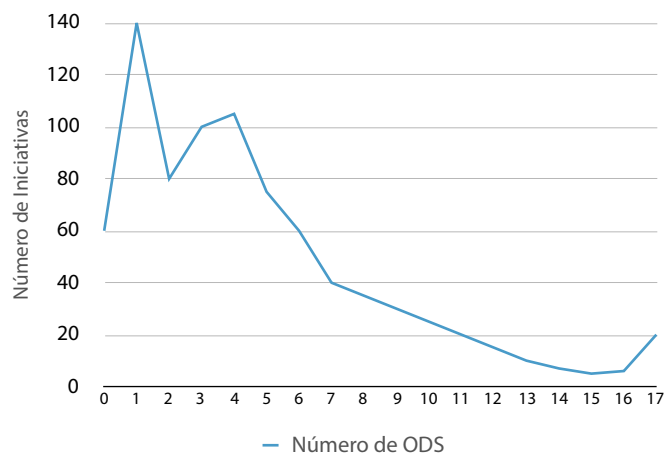
Em média, as iniciativas mapeadas declararam estar alinhadas com 4,9 ODS.

A maioria dos negócios atua alinhada com os ODS 8 (Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos); ODS 3 (Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades); e ODS 4 (Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos).

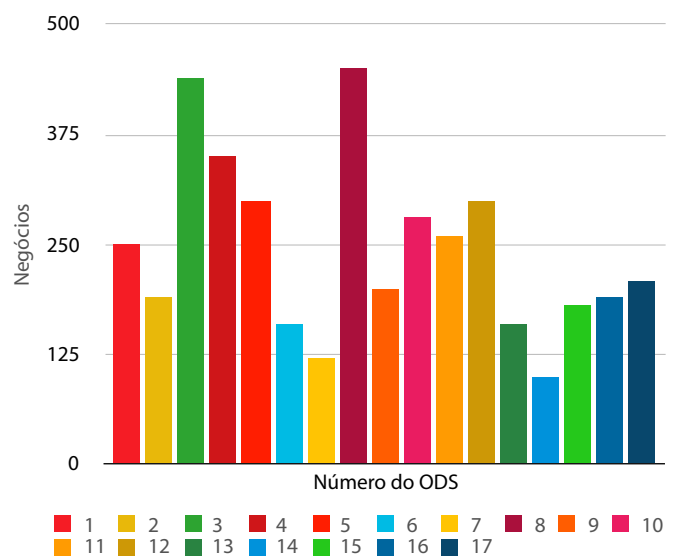
Os ODS com menor número de negócios alinhados são os ODS 6 (Assegurar a disponibilidade e a gestão sustentável da água e saneamento para todos); ODS 7 (Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todos); e ODS 14 (Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável). É importante notar que o acesso ao saneamento básico e à água adequada para uso ainda é uma questão relevante para as comunidades mais pobres ou mesmo para as pessoas que vivem na periferia dos grandes centros urbanos.

Fonte: Chamada de Casos Incluir 2017

Gênero por Região



Número de Negócios Envolvidos com Cada ODS



05.

Conclusões e Tendências

05. Conclusões e Tendências

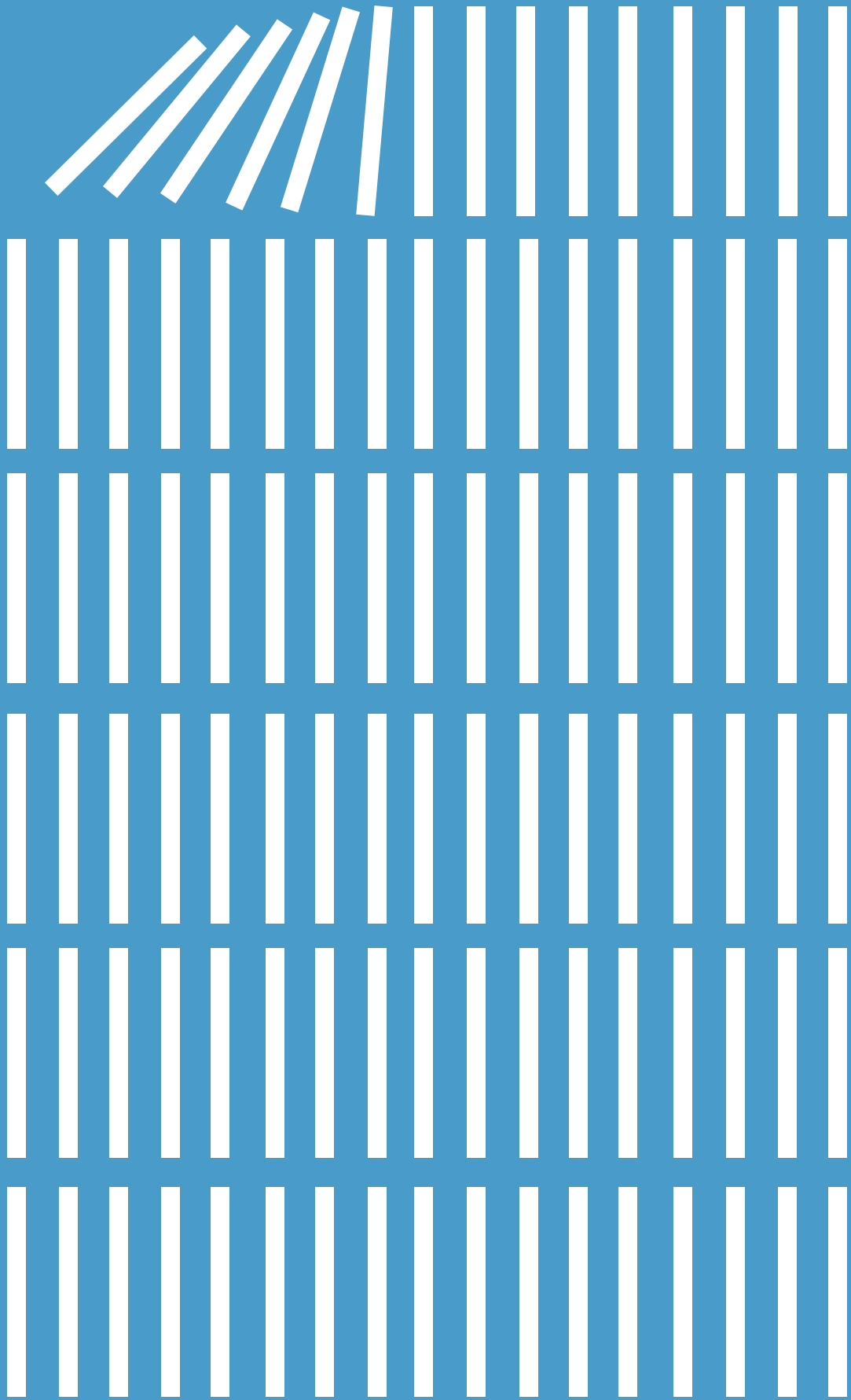
Esse mapeamento, ao identificar 837 iniciativas de impacto social e ambiental em todo o país, demonstra que a diversidade é um ponto central que caracteriza esses empreendimentos, os quais consistem em pequenos negócios que se acham em fase inicial de ideação ou de validação e que atuam em diferentes segmentos. Soma-se a isso a sua ampla diversidade regional, com uma expressiva proporção de mulheres empreendedoras.

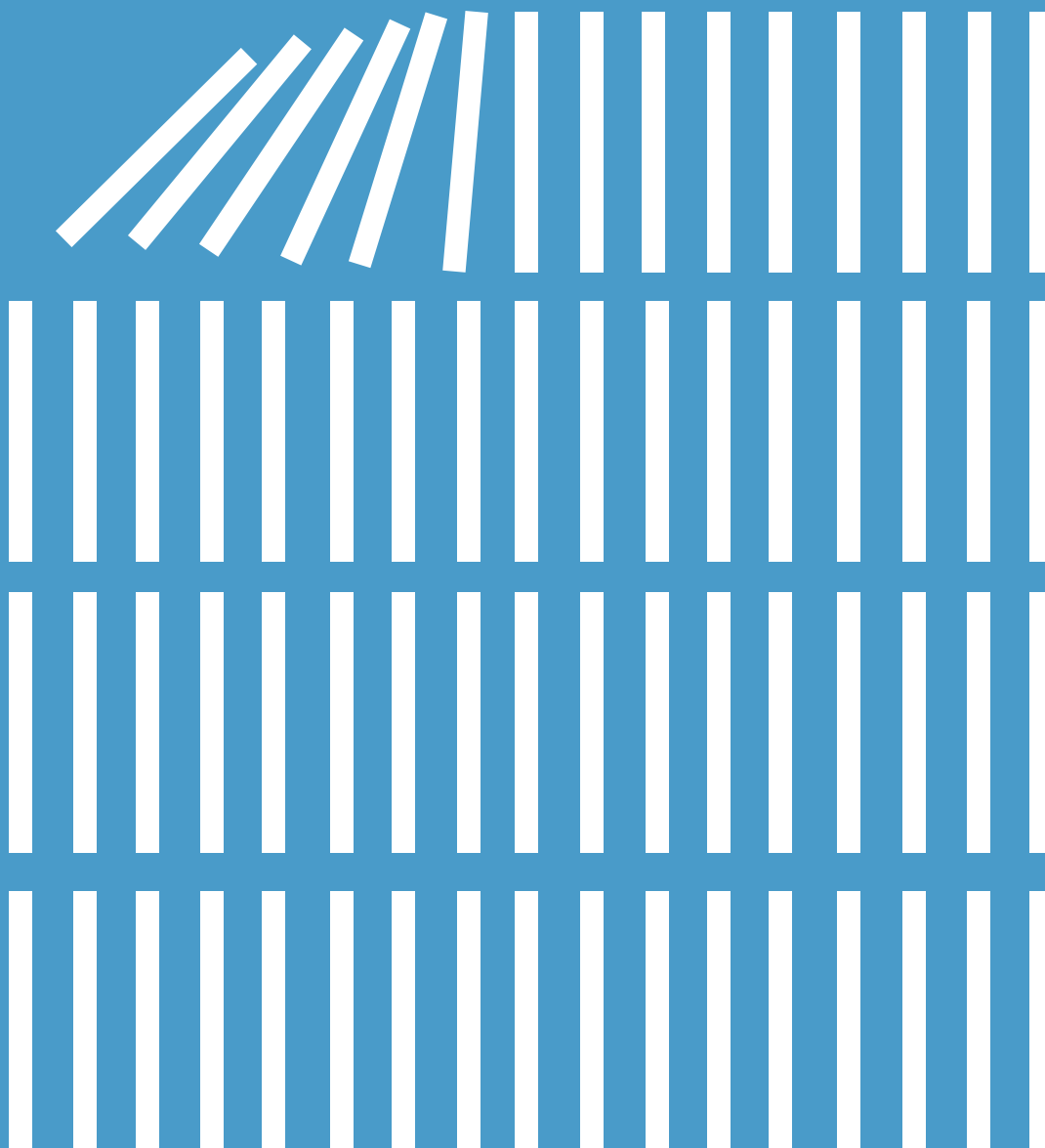
A maioria dos negócios tem um propósito social, cujo como objetivo é promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável. Por isso, educação, cultura e geração de emprego e renda aparecem como temas gerais e transversais dos empreendimentos. Nas questões ambientais, ressalta-se o destaque às questões de reciclagem, água e energia.

O mapeamento demonstra que 31% dos empreendimentos apresentam uma grande oportunidade para a inserção de população de menor renda como parceira de negócios em suas cadeias de valor, ou de grandes empresas. Há, ainda, espaço para ampliar essa participação, para que os negócios possam tornar-se mais inclusivos em longo prazo.

A atuação dos negócios ocorre tanto de forma local, buscando empoderar comunidades, quanto em diversos casos, utilizando tecnologias e plataformas on-line para escalar os negócios. Como demonstram os dados, 55% desses negócios procuram fortalecer as comunidades do entorno, o que representa um impulso para o desenvolvimento local e para a criação de valor compartilhado com a sociedade.

Por fim, esse levantamento cumpre seu objetivo de dar luz aos pequenos empreendedores que, muitas vezes, realizam ações de impacto na respectiva comunidade – que podem ser escaladas ou replicadas, mas que, para isso, precisam de apoio tanto financeiro quanto, principalmente, de gestão e de alinhamento de visão de negócios.





Realização:



*Empoderando vidas.
Fortalecendo nações.*

Apoio:



*CENTRO DE EMPREENDEDORISMO
E NOVOS NEGÓCIOS*