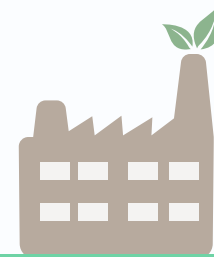
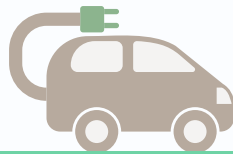


Negócios de Impacto Socioambiental no Brasil: conceitos e reflexões de A a Z



Produção colaborativa de parte dos alunos do curso Negócios de Impacto Socioambiental (NIS) da turma 2020.2 da PUC-Rio (CCE, CCEAD e IAG)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Negócios de impacto socioambiental no Brasil [recurso eletrônico] : conceitos e reflexões de A a Z / [organização: Erika Laursen ... [et al.] ; autores: Jessica Oliveira Soares ... [et al.]. – Rio de Janeiro : [s.n.], 2021.

1 recurso eletrônico (64 p.) : il. color.

“Produção colaborativa de parte dos alunos do curso de Negócios de Impacto socioambiental (NIS) da turma 2020.2 da PUC-Rio (CCE, CCEAD e IAG)”.

Exigências do sistema: conexão com a Internet, World Wide Web browser e Adobe Acrobat Reader.

Disponível em: <http://cemp.iag.puc-rio.br/nisdeaaz/>

ISBN: nº 978-65-00-19916-1

1. Negócios – Aspectos sociais - Brasil. 2. Empreendimentos sociais. I. Laursen, Erika. II. Soares, Jessica Oliveira.

CDD: 650.0981

Elaborado por Lizandra Toscano dos Santos – CRB-7/6915
Divisão de Bibliotecas e Documentação – PUC-Rio

Instruções para citar esta publicação como referência bibliográfica:

LAURSEN, E. et al. (Org.). Negócios de impacto socioambiental no Brasil: conceitos e reflexões de A a Z. Rio de Janeiro: [s.n.], 2021. E-book (64 p.). ISBN 978-65-00-19916-1. Disponível em: <http://cemp.iag.puc-rio.br/nisdeaaz/> Acesso em: (exemplo: 1 mar. 2021.)

Organização

Erika Laursen
Beatriu Canto Sancho
Marcello de Miranda Borio
Mariana de Queiroz Brunelli
Ruth Espínola Soriano de Mello
Talita da Silva Clerc de Freitas

Coordenação da turma para produção de conteúdo

Laís Schomaker Maurell
Roselenir Floriano

Projeto gráfico e diagramação

Monique Costa de Lima

Revisão de conteúdo

William George Lopes Saab

Revisão ortográfica

Rita Bueno

Autores

Jessica Oliveira Soares
Ana Lucia Viçoso da Cruz Almeida
Natália Maria Lopes Menezes
Eduardo Cavalheiro Moura
Felipe Menezes Alves
Roselenir Floriano
Laís Schomaker Maurell
Ana Clara Aparecida Alves de Souza
Bruna Koerich da Silveira
Camila Vitorino Lombone
Diogo Viana Grion Velasco
Edna Gessner
Hélder de Medeiros

Icaro do Nascimento Rocha
Jurema Salles Fonseca
Karoline Mendonça Jacome
Kássia Gomes da Matta
Luísa Acauan Lorentz
Camila Acioli Marinho
Denise Barbosa Braga
Giany Kelly Altoé Ongaratto
Giulia Martins da Costa Simões
Laiane Ferreira Santos
Luciana Nascimento Rosário
Manuela de Oliveira Rajão
Pedro Rudah Bittencourt e Silva
Sandra Zimmermann

Rio de Janeiro, 2020 | 64 páginas

ISBN: 978-65-00-19916-1

PALAVRAS-CHAVE

NIS - Negócios de Impacto Socioambiental,
Empreendedorismo Social, Inovação Social,
Empoderamento, PUC-Rio.

AGRADECIMENTOS

Os alunos agradecem aos professores conteudistas e aos palestrantes dos encontros semanais da turma pelo seu conteúdo e generosidade.

Coordenação

Ruth Espínola Soriano de Mello

Tutoria

Beatriu Canto Sancho

Erika Laursen

Mariana de Queiroz Brunelli

Talita da Silva Clerc de Freitas

Mentoria

Gabriel Vasconcellos de Oliveira Santos

Marcello de Miranda Borio

Professores conteudistas

Beatriz Figueiredo Velho

Caitlin Sampaio Mulholland

Carla Geraldo de Moraes Teixeira Panisset

Inessa Laura Salomão

Leonardo Prates Leal

Marcio Waked de Moraes Rêgo

Maria Julia Gouffier

Marina Fernandes de Oliveira

Pedro Camargo Rodrigues Chispim Mendes

Pedro Henrique Telles Barros

Silvia Marina Pinheiro

NOTA SOBRE O CONTEÚDO

Este livro é uma produção colaborativa de parte dos alunos do curso Negócios de Impacto Socioambiental (NIS) da turma 2020.2 da PUC-Rio (CCE, CCEAD e IAG).

Citações e fontes são de responsabilidade dos autores e a publicação está sujeita a atualização aberta e contínua. Para colaborar com o conteúdo, entre em contato pelo site: cursospucRio.wixsite.com/cursonis

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO • 6

PREFÁCIO • 7

INTRODUÇÃO • 9

ACELERADORAS DE NEGÓCIOS DE IMPACTO • 12

Edna Gessner

BASE DA PIRÂMIDE • 14

Camila Acioli Marinho, Felipe Menezes Alves e Laiane Ferreira Santos

COOPERATIVISMO • 16

Camila Vitorino Lombone

DIVERSIDADE E IGUALDADE • 18

Giulia Martins da Costa Simões e Roselenir Floriano

EMPATIA E CONCEITO DE NIS • 22

Icaro do Nascimento Rocha

FINANCIAMENTO • 24

Natália Maria Lopes Menezes

GESTÃO INTEGRADA ESG • 27

Eduardo Cavalheiro Moura, Manuela de Oliveira Rajão e Roselenir Floriano

HIBRIDISMO • 29

Diogo Viana Grion Velasco

INOVAÇÃO SOCIAL • 31

Karoline Mendonça Jacome

JUSTIÇA SOCIOAMBIENTAL • 33

Luísa Acauan Lorentz

KPIS PARA MEDIÇÃO DE IMPACTO • 34

Sandra Zimmermann, Pedro Rudah Bittencourt e Silva e Roselenir Floriano

LEGISLAÇÃO • 36

Felipe Menezes Alves

MOVIMENTO DE EMPRESAS B • 39

Ana Lucia Viçoso da Cruz Almeida

NIS NO BRASIL • 40

Laís Schomaker Maurell e Natália Maria Lopes Menezes

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL – ODS • 43

Luciana Nascimento Rosário e Roselenir Floriano

PROPÓSITO • 44

Bruna Koerich da Silveira

QUEM SE IMPORTA? • 45

Giany Kelly Altoé Ongaratto e Ruth Espínola Soriano de Mello

RELEITURA DA MODELAGEM DE NEGÓCIOS PARA OS NIS • 46

Ana Lucia Viçoso da Cruz Almeida

SOCIAL ENTERPRISE WORLD FORUM – SEWF • 48

Eduardo Cavalheiro Moura

TECNOLOGIA SOCIAL • 49

Ana Clara Aparecida Alves de Souza

UMA NOVA ECONOMIA? UMA NÃO, VÁRIAS! • 52

Jessica Oliveira Soares

VALE DA MORTE • 54

Denise Barbosa Braga e Natália Maria Lopes Menezes

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION – WFTO • 56

Jurema Salles Fonseca

X DA QUESTÃO: PRA NÃO DEIXAR DE FALAR DAS ONGs • 58

Hélder de Medeiros

YUNUS E O SEU LEGADO PARA OS NIS • 60

Jessica Oliveira Soares

ZELANDO PELA EQUIDADE SOCIAL • 61

Kássia Gomes da Matta

APRESENTAÇÃO

Esta obra foi concebida no âmbito do Curso de Extensão de Negócios de Impacto Socioambiental (NIS) do Departamento de Administração e Gestão da Universidade (IAG) da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), provendo coerência e consistência ao *ethos* comunitário desta Universidade Empreendedora com forte atuação social. O Curso tem uma vivência de 60 horas ao longo de nove semanas. Ele é desenvolvido na modalidade remota, mediada por tecnologia e busca apresentar informações conceituais, práticas, teóricas, institucionais e de mercado para que os alunos tenham visão da complexidade do ecossistema de inovação social do Brasil e do mundo. Esta publicação é resultado de uma das tarefas avaliativas do Curso de construção colaborativa textual de modo assíncrono. Os alunos que colaboraram fazem parte da terceira turma do Curso ministrado de agosto a outubro de 2020.

O advento dos NIS é recente em todo o mundo, mais ainda no Brasil, por isso vale uma breve contextualização para que você possa entender seus fundamentos. Os NIS diferem de organizações não governamentais porque não dependem de recursos de filantropia ou de doações; não se enquadram como empresas tradicionais porque têm como medida principal de sucesso o impacto social de suas ações inovadoras, e não apenas o lucro; e destoam das ações de responsabilidade social empresarial já que os resultados de NIS não advêm de uma externalidade negativa ou de uma iniciativa desassociada do *core business* empresarial. Logo, buscam ter suas receitas advindas de comercialização de produtos e serviços, sendo pouco ou nada dependentes de capital filantrópico ou

subsidiados. O surgimento dos NIS tem trazido não só alternativas viáveis e necessárias para a forma tradicional de fazer negócios, assim como novos modos de consumo, produção e distribuição ao longo de cadeias de valor, de tal modo que terminam por acolher práticas inovadoras do campo de conhecimento ligado à inovação social e ao empreendedorismo social em nível internacional. Também se configura como temática emergente e necessária no Brasil e no mundo, coadunando, por exemplo, com as diretrizes da Agenda 2030 e dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas e com fenômenos ligados a Nova Economia, Economia *Donut*, Economia de Francisco e Clara, dentre outros movimentos que confrontam o *mainstream* excludente e cego frente às mazelas sociais e ambientais.

Esta obra, de A a Z, foi concebida para explorar algumas das palavras-chave que ilustram nosso vocabulário, sendo complementar aos Glossários elaborados pelas turmas anteriores do Curso NIS, assim como às obras de turmas vindouras. Esperamos que este *e-book* seja mesmo útil a você! Para acessar outras publicações e conhecer mais sobre a jornada do Curso, contacte-nos em: cursospucrio.wixsite.com/cursonis

Beatriu Canto Sancho, Erika Laursen, Marcello Borio, Mariana Brunelli, Talita Clerc, Ruth Espínola Soriano de Mello - Tutores

PREFÁCIO

“Ou os estudantes se identificam com o destino do seu povo, com ele sofrendo a mesma luta, ou se dissociam do seu povo, e nesse caso, serão aliados daqueles que exploram o povo”. –

Florestan Fernandes

O convite para escrever o prefácio dessa obra coletiva, elaborada por alunos da PUC-Rio, é repleto de significados. É gratificante testemunhar a produção acadêmica de um grupo de alunos que contribui para a evolução do processo de ensino e aprendizagem de um campo teórico novo, ainda em consolidação, e que é objeto de minha atuação profissional há, pelo menos, cinco anos, quando pensávamos nas ações que resultaram na criação da Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto – Enimpecto.

Cada aluno escreveu um verbete relacionado ao Ecossistema de Impacto brasileiro. Há, por exemplo, a definição de expressões triviais, como “Aceleradoras de Negócios de Impacto”, “Base da Pirâmide” ou “Cooperativismo”. Mas há outras bastante inusitadas, como “X da questão, para não deixar de falar das ONGs”, “Yunus e o seu legado para os NIS” e “Zelando pela equidade social”. Cada verbete é acompanhado de referências bibliográficas, de forma que há um grande apanhado sobre o tema, que acaba por se converter em um delicioso convite para leituras posteriores.

É necessário destacar que esse livro foi escrito em meio à maior pandemia de nossa geração, enfrentando todas as adversidades

e limitações deste tempo. São jovens que tiveram que lidar com compromissos pessoais, profissionais e com toda a insegurança e incerteza que marcam esse período histórico.

Vivemos tempos desafiadores, marcado por crises múltiplas: climática, econômica, social, política e, desde o surgimento da Covid-19, também por uma dimensão sanitária da falência pela qual passa a nossa sociedade. Antigas respostas para os problemas parecem não ser suficientes, e a humanidade é instada a criar o novo.

Possuímos uma economia fortemente ancorada em combustíveis fósseis não renováveis, que é altamente poluidora e na qual toneladas de plásticos são diariamente descartadas na natureza. Além disso, nosso sistema produtivo é altamente concentrador de riquezas, gerando distorções sociais que estão no centro de todos os problemas sociais. Tais questões nos trazem um senso de urgência.

Quando olhamos para a pandemia que assola a humanidade, fica evidente que para triunfamos enquanto espécie é necessária mais cooperação e menos competição. A rede mundial de cooperação entre pesquisadores levando à uma vacina em tempo recorde, ao processo de cooperação na distribuição de máscaras e EPI’s, testes e na rede de solidariedade que se formou com doação de alimentos, remédios, agasalhos, água... A chave da competição deve ceder mais espaço à chave da cooperação. A forma colaborativa e coletiva de elaboração e escrita deste livro é mais um exemplo dessa nova forma de organizar o trabalho e a sociedade baseada na cooperação.

Alguns dados que sempre me impressionam são os estudos sobre concentração da riqueza. A Oxfam os publica com certa frequência e demonstra que 1% da população detém a mesma riqueza que os 99% do restante da população. Outro dado alarmante é que a fortuna dos bilionários aumentou em 1,8 trilhão de dólares durante a pandemia de Covid-19, segundo o índice de bilionários da Bloomberg. Ou seja, enquanto a maior parte da população empobreceu durante a pandemia, os super ricos ficaram ainda mais ricos... Não é à toa que vivemos um período no qual a quantidade de ativos herdados, ou seja, de fortuna que passa de uma geração para a outra, é a maior da história humana. O problema de vivermos um período no qual a fortuna herdada supera a possibilidade de constituição de riquezas ao longo de uma vida inteira de trabalho, é que isso não é compatível com princípios meritocráticos e de justiça social que estão na base de nossas sociedades democráticas modernas...

Essas reflexões remetem à frase de Florestan Fernandes que encabeça o prefácio. Os estudantes devem se identificar com o destino de seu povo. Ampliando, devem se identificar com o destino da humanidade. Estamos diante da ameaça de extinção enquanto espécie, e todos os esforços devem estar voltados para a superação dessa ameaça.

Esse livro, de forma mais abrangente, trata da Economia de Impacto, um sistema no qual os indivíduos dão a mesma prioridade para os impactos social, ambiental e financeiro ao decidir onde alocar os recursos. E como trata-se de uma publicação

acadêmica de uma Pontifícia Universidade Católica, acredito ser adequado articular essa temática com o pensamento de Francisco. Para o Papa, não é possível falar em proteção ambiental sem que esta envolva também a proteção ao ser humano, em especial os mais pobres e vulneráveis. Na famosa encíclica *Laudato si'* ('Louvado sejas'; subtítulo: "sobre o cuidado da casa comum") o Papa fala em casa. Casa vem do grego (*oikos*), mesma etimologia utilizada na palavra "economia" – que significa a arte de administrar a casa. Ou seja, em sua encíclica, o Papa está falando em economia, e na necessidade de colocarmos os vulneráveis, o cuidado com o próximo e com as futuras gerações no centro de todas as ações. E isso é genial. Não apenas genial. É inspirador, é mobilizador, é sobretudo necessário. É urgente.

Boa leitura, esperando que você aprecie o livro *Negócios de Impacto Socioambiental no Brasil: conceitos e reflexões de A a Z* da mesma forma que eu!

Lucas Maciel

Professor conteudista do curso NIS (PUC-Rio), servidor público, membro da carreira de Especialistas em Políticas Públicas e Gestão Governamental, é formado em Agronomia, possui especialização em Gestão Governamental e mestrado em Agricultura Familiar e Agronegócios pela UNB. É assessor da Sub Secretaria de Inovação do Ministério da Economia para a temática de Investimentos e Negócios de Impacto. Faz parte da equipe responsável pelo InovAtiva de Impacto. Atua na coordenação da Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto – Enimpecto.

INTRODUÇÃO

Texto elaborado pelos alunos/autores

Em setembro de 2015, durante a Assembleia Geral das Nações Unidas, em Nova Iorque, os países signatários decidiram sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que devem ser cumpridos colaborativamente até 2030. Assim, são os ODS que integram a Agenda 2030, englobando ainda 169 metas que possuem características complementares (ONU, 2015).¹

Em meio a tantas possibilidades para que os ODS sejam alcançados, os negócios de impacto social e ambiental (NIS) aparecem como uma opção importante e exequível de implementação no curto e médio prazos. Além de se apresentarem como meio para geração de renda, riqueza e como solução de diversos problemas complexos, os NIS também oferecem um caminho para a reflexão sobre as novas economias².

Assim, iniciativas como a Economia *Donut*, Economia de Francisco e Clara, Capitalismo Consciente, dentre outras que conformam um campo semelhante e complementar a dos NIS, por vislumbrarem posicionamento contrário ao sistema hegemônico

mundial que deixa um rastro de desigualdade social e pobreza estruturante em todo o planeta.

Segundo Thompson *et al.* (2000), no campo dos NIS esse assunto não é novidade, mas vem ganhando cada vez mais espaço na sociedade e, conseqüentemente, na mídia. A título de ilustração, pode-se afirmar que, na Europa, os debates em torno do conceito de negócios sociais tiveram início em 1990, tendo muita notoriedade na Itália com a pujança da atuação das cooperativas. Já nos Estados Unidos da América (EUA), por volta de 1993, os termos “empreendedorismo social” e “empresa social” ganharam mais destaque a partir do momento que a Universidade de Harvard lançou a *Social Enterprise Initiative* com cursos específicos na área, visando a preparação de novos líderes (DEFOURNY & NYSSSENS, 2010).

Segundo Oliveira (2004), o empreendedorismo social nos moldes atuais ganhou destaque no Brasil também nos anos 1990 em meio às crises sociais daquela década, a partir da perda de capacidade de investimento público na área social e o crescimento de organizações do Terceiro Setor.³ Apesar disso,

1 Para mais informações, acesse: <http://www.agenda2030.org.br/sobre/>

2 O campo da Nova Economia surgiu no final da década de 1990, buscando elucidar as relações que estavam surgindo com o desenvolvimento da tecnologia da informação. Tudo e todos estão sob a interferência da revolução digital. Das relações comerciais ao nosso modo de pensar e estilo de vida adotado (KELLY, 1998).

3 “É formado por organizações sem fins lucrativos e têm como objetivo solucionar ou minimizar problemas existentes em decorrência da ineficiência do estado, no âmbito social, infância e juventude, educação, meio ambiente, melhor idade e direitos humanos. Trata-se do termo mais popular e antigo para

pouco se conhece sobre o termo, sendo confundido muitas vezes com ações de responsabilidade social corporativa lideradas por empresas. Muitos autores entendem inclusive que os NIS tampouco integram o Terceiro Setor, tendo características específicas que forjariam um subcampo setorial intitulado Setor 2,5⁴ ou mesmo um novo campo próprio, Quarto Setor, como outros teóricos preferem cunhar (MELLO, 2018).

Este livro apresenta os Negócios de Impacto Social como um campo frutífero e laboratorial para implantação de práticas sustentáveis de produção e para dar vez e voz ao consumo consciente ao largo de cadeias de valor que respeitam o meio ambiente e valorizam a força de trabalho das pessoas, especialmente das normalmente alijadas das benesses do *mainstream* econômico mundial. Traz ainda outros conceitos

relacionados para o entendimento do campo dessa prática, que está circunscrita ao empreendedorismo social inovador.

Sua leitura pode ser sequenciada, acompanhando o compasso de nosso alfabeto, mas também pode ser desbravada de modo aleatório, a gosto do freguês.

Essa produção foi escrita por diversas mãos discentes no âmbito da jornada coletiva de aprendizagem da terceira turma do Curso NIS da PUC-Rio, no segundo semestre de 2020.

Boa leitura!

designar o campo das organizações não lucrativas e das que não são governos. Muitos NIS estão surgindo a partir deste campo; e vice-versa. Em geral, as organizações deste setor são muito dependentes de capital incentivado, filantrópico e doações. Configuram lócus de ricos processos de inovação social, de desenvolvimento de tecnologias sociais, de forte capilaridade em território nacional, dentre outros atributos. Conformam um campo muito relevante aos NIS, tanto por qualificar o setor social, como por acolher também os NIS, já que muitos autores preferem enquadrar os NIS como integrantes de um Terceiro Setor ampliado” (MELLO, 2018).

4 “O ‘Setor 2.5’ é uma referência à união entre características do segundo setor, de empresas privadas e marcado pelo foco em gerar lucro, e do Terceiro Setor, de organizações sem fins lucrativos e marcado pelo foco em gerar impacto socioambiental positivo. Outros autores não reconhecem esse termo, preferindo outros como Terceiro Setor Ampliado (MELLO, 2018), Quarto Setor etc.” (LAURSEN, E.; MELLO, R. E. S. de; SANCHO, B. C., 2020).

REFERÊNCIAS:

DEFOURNY, J. & NYSSSENS, M. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. Vol. 1, No. 1, 32–53, March 2010. DOI: 10.1080/19420670903442053

KELLY, Kevin. *New rules for the new economy: 10 radical strategies for a connected world*. Pinguin, 1998.

LAURSEN, E; MELLO, R.S. de; SANCHO, B, C, (Org.). *Glossário NIS*. Rio de Janeiro, PUC-Rio, IAG, 2020. E-book (75 p,) Disponível em: http://cemp.iag.puc-rio.br/wp-content/uploads/2020/10/glossario_nis_puc-rio_vs_final-16.10.pdf Acesso em: 13nov.de 2020.

OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. *Revista da FAE*, Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004.

THOMPSON, J.; ALVY, G.; LEES, L. Social entrepreneurship - a new look at the people and the potential. *Management Decision*, Vol. 38 Iss: 5 pp. 328 - 338. <http://dx.doi.org/10.1108/00251740010340517>



ACELERADORAS DE NEGÓCIOS DE IMPACTO

Edna Gessner

Os programas de aceleração de Negócios de Impacto Socioambiental (NIS) possibilitam que empreendedores sociais possam estruturar bem a gestão e a estratégia de atuação de seus empreendimentos nascentes e/ou em fase de consolidação. A aceleração é considerada a principal demanda de negócios de impacto no Brasil, sendo que o país conta com poucas aceleradoras para acolhimentos dos NIS no Brasil (GINAK, 2019).

Empreender é um caminho cheio de desafios e os programas de aceleração, de modo muito semelhante aos de incubação, oferecem ferramentas, capacitações, conteúdos, investimentos, assim como mentorias e redes de contatos com especialistas.

De acordo com o Segundo Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental, realizado pela Pipe.Social, em parceria com a Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto, em 2019, as principais demandas identificadas por empreendedores de NIS foram: recursos financeiros (48%), mentoria (22%), comunicação (19%), parcerias e *networking* (19%), time e equipe (12%), processo e gestão (12%), vendas (11%) e investidores (9%).

Programas de aceleração e de incubação vão trabalhar essas demandas em maior ou menor grau, dependendo da proposta institucional. A pesquisa da Pipe.Social também identificou que 50% dos entrevistados nunca participaram de um programa de aceleração, mas têm interesse, e 30% participaram de algum programa do tipo. Além do mais, observa-se que, dependendo do NIS, os programas existentes ainda não estão preparados para dar suporte, como por exemplo a negócios focados em tecnologias verdes (GINAK, 2019).

No Brasil, a Yunus Negócios Sociais possui programa de aceleração que inclui possibilidade de investimento financeiro no empreendimento. Os NIS candidatos são avaliados em quatro critérios: i. urgência do problema social e potencial de impacto do negócio; ii. plano de negócio e sustentabilidade financeira; iii. empreendedor ou grupo à frente do negócio; iv. potencial de replicabilidade e/ou escalabilidade. O programa de aceleração já beneficiou organizações nascentes com foco em tecnologias para área da saúde, construção civil, reflorestamento dentre outros.

O Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), a Anprotec (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores) e o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) desenvolvem parceria com o Programa

de Incubação e Aceleração de Impacto¹. Ele está presente em 17 Estados do Brasil, contabilizando mais de 2.000 NIS beneficiados. O programa oferece acesso a espaço físico, serviços profissionais, treinamentos, *workshops*, formatação do modelo de negócios, consultoria e conexões com potenciais clientes. Ele também oferece editais específicos que possibilitam a obtenção de capital semente.

O Instituto Ekloos atua como uma aceleradora social de NIS e de Organizações da Sociedade Civil (OSC). Os serviços oferecidos pelo Instituto são capacitações e mentorias para os empreendedores e formação de redes.

O InovAtiva de Impacto é um programa de aceleração nacional com foco em NIS de base tecnológica e inovação; logo, as aceleradoras e incubadoras universitárias têm vantagem comparativa.² Os serviços abrangem capacitações remotas, mentorias individuais e coletivas com executivos e investidores especializados no tema e eventos de conexão com entidades, empresas, aceleradoras e investidores focados em NIS. Além disso, as startups que chegam ao final do programa continuam recebendo suporte, inclusive de parceiros estratégicos.

A *Covid Solutions Community*³ é uma aceleradora de projetos de impacto socioambiental que surgiu no início da pandemia de coronavírus no Brasil. Ela oferece suporte por meio de mentorias, capacitações, acesso a rede de voluntários e de parceiros. Os projetos dos empreendedores são desenhados de modo a atuar por meio de soluções de curto prazo, como o projeto “Salvador da Páscoa”, que viabilizou a venda de chocolates de micro e pequenos negócios por ocasião do fechamento dos estabelecimentos comerciais durante o *lockdown* no país. A aceleradora também atua em causas com soluções para longo prazo, como o “Amigo Monitor”, projeto voluntário que conecta crianças e adolescentes que estão longe das escolas com pessoas que tenham conhecimento suficiente para ajudá-los nos exercícios, por meio de aulas de reforço.

REFERÊNCIAS:

GINAK, Letícia. Aceleração é principal demanda de negócios de impacto no País. O Estado de São Paulo, São Paulo, 17 de março de 2019. PME. Disponível em: <https://pme.estadao.com.br/noticias/geral,aceleracao-e-demanda-principal-de-negocios-de-impacto-no-pais,70002757216>>. Acesso em 27 de set. de 2020.

1 Este programa foi avaliado por Mello (2018).

2 Disponível em <https://www.inovativabrasil.com.br/inovativa-de-impacto> Acesso em 2 de set. de 2020.

3 Disponível em: www.covidsolutions.com.br. Acesso em 27 de set. de 2020.

ICE - INSTITUTO DE CIDADANIA EMPRESARIAL Programa de Incubação e Aceleração de Impacto. Disponível em: <https://ice.org.br/incubadoras/>; Acesso em 2 de set. de 2020.

INSTITUTO EKLOOS. Aceleração Social. Disponível em: <https://www.ekloos.org/aceleracaosocial/>; Acesso em 27 de set. de 2020.

PIPE SOCIAL.O Retrato Atual do PIPELINE de Impacto no Brasil. Disponível em: <https://www.pipe.social/produtos/mapa2019>. Acesso em 27 de set. de 2020.

YUNUS INVESTIMENTOS. Aceleradora Yunus Negócios Sociais. Disponível em: <https://www.yunusnegociossociais.com/aceleradora>. Acesso em 27 de set. de 2020.

BASE DA PIRÂMIDE

Camila Acioli Marinho, Felipe Menezes Alves e Laiane Ferreira Santos

Os NIS podem ser caracterizados como organizações híbridas que buscam desafiar adversidades socioambientais a partir da aplicação de paradigmas de negócios sob a sustentação de mecanismos de mercado. Os NIS se diferenciam de organizações não governamentais (ONGs) ao não dependerem exclusivamente de recursos de filantropia; e não se enquadram também como empresas tradicionais porque têm como finalidade o impacto de suas ações inovadoras e não apenas o lucro.

Pode-se dizer que os NIS se relacionam com o conceito de base da pirâmide ao ter, muitas vezes, como público beneficiário, pessoas em situação de alta vulnerabilidade. Prahalad e Hart (2002) cunharam este conceito e corroboram que esta representa um potencial ainda não vislumbrado pelas empresas de modo geral. Esse mercado, de aproximadamente quatro bilhões de pessoas com renda *per capita* baixa, é pouco explorado como oportunidade para abertura de novos negócios voltados às classes C, D e E.

Enquanto os mercados tradicionais estão a caminho da saturação, inicia-se um debate sobre o potencial de compra daqueles que têm pouca participação na economia formal. Há muitos desafios para as empresas na adequação para esse

novo mercado, gerando a necessidade de uma reformulação de seus modelos de negócios e maior conhecimento sobre seus clientes, antes pouco estudados (PRAHALAD & HART, 2002; PRAHALAD, 2005). Além disso, o próprio Terceiro Setor também encontra desafios para se posicionar como NIS, já que estes não podem depender de doação, filantropia e recursos incentivados.

A estruturação de negócios para a Base da Pirâmide tem fragilidades que foram foco de críticas, por apresentar a visão de vender itens de consumo à grande massa populacional em vulnerabilidade social, oferecendo crédito a altos juros com parcelas prolongadas. Atualmente, o conceito já abarca outras variáveis por viabilizar o acesso a produtos e serviços, incorporando o público consumidor na cadeia produtiva, proporcionando geração de emprego, renda e riqueza a pessoas desassistidas, marginalizadas e excluídas do *mainstream* econômico mundial e nacional

Para Prahalad & Hart (2002), antigos conceitos sobre a população da base da pirâmide devem ser reexaminados com o intuito de inseri-las na economia. Além disso, a inovação deve ser trabalhada de maneira constante através de pesquisa e desenvolvimento (P&D) focada nos pobres, pois a entrega de um produto de qualidade a preço acessível deve ser a prioridade. Os autores citam o exemplo do *Grameen Bank*, fundado

por Muhammad Yunus em Bangladesh, criado com intuito de dar acesso a microcrédito para mulheres pobres da zona rural. Apesar de diferentes perspectivas conceituais referentes ao tema abordado, pode-se perceber que todas têm um ponto em comum: resolver um problema social e democratizar o acesso a produtos e serviços através de um capitalismo inclusivo, com vistas a uma nova economia, mais justa e sustentável.

REFERÊNCIAS:

BIRKHOLZ, C. Five Making hybrids work: aligning business models and organizational design for social enterprises. Dissertation of the University of St. Gallen, School of Management, Economics, Law, Social Sciences and International Affairs to obtain the title of Doctor of Philosophy in Management, Saint Gallen, May 19, 2015.

CHU, Michael. Commercial Returns at the Base of the Pyramid. *Innovation: Technology, Governance, Globalization*. v. 2. n.2. p. 115-146, 2007.

HART, Stuart. *O capitalismo na encruzilhada*. Editora Bookman, 2006.

MELLO, Ruth Espínola Soriano de. Incubadoras universitárias de negócios de impacto social: origens, diferenças e desafios. Carvalho, Ricardo (Orient.). Tese (doutorado) – PUC-Rio, Departamento de Ciências Sociais, 2018. Disponível em: http://www.cis.puc-rio.br/assets/pdf/PDF_CIS_1544194524_Ruth_Esp%C3%ADnola_Soriano_de_Mello_-_2018.pdf. Acesso em 20 dez.de 2020.

PRAHALAD, C. K.; HART, S. The fortune at the bottom of the pyramid. *Strategy + Business*, Nova York, v. 1, n. 26, 2002. Disponível em:

<https://www.straout. tegy-business.com/article/11518?gko=9a4ba>
Acessado dia: 03 nov. 2020.

PRAHALAD, C. K. A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro. Porto Alegre: Bookman, 2005.

SEKIGUCHI, Celso; AZEVEDO, Wilson; MARTINIS, Elena; ROCHA, Tião. Empreendizagens. In Ensino de Empreendedorismo no Brasil (Rose Mary Almeida Lopes org.). Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2017.

SOUZA, Aline Gonçalves de. Empresas Sociais: uma abordagem societária. Editora Almedina/Coleção Insper, SP, 2015.

COOPERATIVISMO

Camila Vitorino Lombone

Data de dezembro de 1844, em Rochdale, Manchester/Inglaterra, que dezenas de tecelões se organizaram na “Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale” com investimento mensal de uma libra esterlina de cada participante ao longo de um ano. Tais trabalhadores buscavam alternativa econômica no mercado fortemente dominado por sociedades empresariais, e assim surgiu a primeira organização cooperativa mundial que primava pela valorização das pessoas e não do capital, socializando os recursos e tendo como base a cooperação e a liberdade.

Os NIS têm muita relação com o campo histórico do cooperativismo, pelos valores e práticas que ensejam para pessoas que lançam mão de autogestão em organizações de produção, consumo, oferta de crédito, compras coletivas etc.

Além disso, o cooperativismo conforma um campo exemplar para a sociedade por ser comum a existência de acordos consensuados em relação à limitação das maiores e menores remunerações dos membros cooperados; isto é, atuam de modo que a menor e a maior retirada financeira mensal não

sejam aviltantes como se observa em grandes corporações, em níveis hierárquicos governamentais, dentre outros casos. Em 1995, no Congresso Centenário, realizado em Manchester, a Aliança Cooperativa Internacional (ACI) passa a definir cooperativa como uma associação autônoma e voluntária de pessoas unidas para atender às suas necessidades e aspirações econômicas, sociais e culturais comuns, através de uma empresa coletiva e democraticamente controlada. Já a Organização Internacional do Trabalho (OIT), em sua Recomendação nº127, define cooperativa como “associação de pessoas que se uniram voluntariamente para realizar um objetivo comum, através da formação de uma organização administrada e controlada democraticamente, realizando contribuições equitativas para o capital necessário e aceitando assumir de forma igualitária os riscos e benefícios do empreendimento no qual os sócios participam ativamente”.

Embora não haja uma unanimidade sobre quais são os valores absolutos do cooperativismo, algumas referências são mais recorrentemente citadas, tais como: Solidariedade; Liberdade; Democracia; Equidade; Igualdade; Responsabilidade; Honestidade; Transparência; Responsabilidade Ambiental.

De acordo com Ênio Meinen (2014), os princípios universais do cooperativismo são regidos por sete tópicos: adesão livre

e voluntária; gestão democrática; participação econômica; autonomia e independência; educação, formação e informação; intercooperação e interesse pela comunidade.

Além da autogestão, o cooperativismo também evoca a colaboração e a cooperação nas práticas dos processos de tomada de decisão horizontais e democráticos.

É certo que há fraudes, as quais não implementam os valores e princípios cooperativos de modo pleno e efetivo. Convém separar o “joio do trigo”, por isso é que muitos ativistas e estudiosos optam por adjetivar o termo adicional “popular” ao termo (cooperativismo popular), realçando as boas práticas que seguem a lógica comunitarista dessa prática histórica da Humanidade.

No Brasil, o cooperativismo tem particular representatividade na região Sul, como legado cultural da colonização alemã e italiana. A economia solidária, o comércio justo e outras práticas alternativas à globalização financeira também contribuem nesse sentido.

REFERÊNCIAS:

MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. Cooperativismo Financeiro: percurso histórico, perspectivas e desafios. Brasília: Confecras, 2014. Disponível em <https://pt.scribd.com/read/405653471/Cooperativismo-financeiro-percurso-historico-perspectivas-e-desafios-De-cooperativa-de-credito-a-principal-instituicao-financeira-do-associado>. Acesso em 28 de set. de 2020.

DIVERSIDADE E IGUALDADE

Giulia Martins da Costa Simões e Roselenir Floriano

Os NIS têm ganhado cada vez mais importância no Brasil e no mundo pelo fato de terem um propósito maior, desmistificando o sentido de sucesso sob o pensamento neoclássico tradicional em que a responsabilidade social das empresas é aumentar os lucros para os acionistas (FRIEDMAN, 1970).

Prevalece, assim, a concepção de que as empresas são responsáveis por suas ações e devem proativamente trabalhar para proporcionar um impacto socioambiental positivo (BARKI, COMINI & TORRES, 2019).

Em outras palavras, são negócios que nascem tendo em sua essência resolver algumas dores sociais e/ou ambientais presentes na sociedade, no contexto dos desafios que os governos não possuem capacidade para resolverem sozinhos - seja pela complexidade ou intensidade. Nesse sentido, a teoria dos *stakeholders* proposta por Freeman (1984) é também reforçada, num movimento de organizações movidas por um propósito mais amplo do que meramente o lucro, com foco em geração de valor compartilhado e na busca de soluções que visam beneficiar a outras partes interessadas.

Ancorado nessa lógica de solução de problemas sociais e ambientais, países, governos e empresas têm focado em

estratégias vinculadas aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), dentre os quais três estão relacionados com o tema a ser abordado neste capítulo. O ODS de número cinco visa promover a igualdade de gênero para empoderar as mulheres. O ODS de número oito tem foco na promoção do trabalho decente e crescimento econômico em prol do crescimento econômico inclusivo e sustentável, do emprego pleno e produtivo e do trabalho digno para todos. Além do ODS de número dez, que tem por meta a redução das desigualdades no interior dos países e entre países.

A expectativa que se tem no campo do NIS é que as organizações contribuam para potencializar ações que ajudem a diminuir algumas das lacunas relacionadas a esses desequilíbrios sociais. Quando se faz uma relação de práticas sustentáveis a questões associadas a gênero, um dado curioso que já se constatou em alguns estudos é que os homens são muito menos envolvidos quando se fala, por exemplo, em assuntos como regeneração do planeta e mudanças climáticas (ANSHELM & HULTMAN, 2014).

Trazendo a temática para os lares brasileiros, percebe-se que os hábitos mais impactantes ao meio ambiente acontecem dentro de casa onde o trabalho doméstico é, em sua maioria ainda, bastante desigual, tendo mulheres dedicando dez horas a mais para esta tarefa do que homens (OLIVEIRA, 2018). Questões de

gênero associadas a certos comportamentos podem impactar impressões, interações e a forma como cuidamos do meio ambiente, revelando consequências sociais.

Visando entender o que impede o engajamento das pessoas em comportamentos que beneficiem o meio ambiente, um estudo desafiou um grupo de 960 homens e mulheres a lerem e avaliarem tarefas específicas ecologicamente corretas – incluindo estender a roupa no varal, separar a reciclagem e carregar sacolas – como ‘masculino’ ou ‘feminino’. Inacreditavelmente, em pleno século XXI e em meio a uma crise ambiental mundialmente debatida, o levantamento revelou que homens podem estar evitando fazer compras carregando sacolas reutilizáveis por acharem que elas são itens femininos, passando uma possível mensagem de que eles seriam homossexuais (BOHN, 2019). Ainda nessa linha de pensamento, foi revelado por outro recente estudo, realizado pela revista *Sex Roles*, que homens se mostraram negligentes com atitudes que podem cuidar do próprio futuro, como carregar suas próprias bolsas de pano no supermercado ou adotarem práticas da reciclagem, por medo de parecerem afeminados (SWIM, GILLIS & HAMATY, 2020).

Muito embora as pesquisas nacionais e internacionais apontem a sustentabilidade como algo de maior engajamento pelo público feminino, outro lado da moeda revela uma grande

desigualdade nessa diversidade de gêneros nos empreendimentos de Negócios de Impacto no Brasil.

Tais números são tristemente reveladores e destacam que o desafio das mulheres de cruzarem o ‘vale da morte’ ainda se mantêm, conforme observado por uma das coordenadoras da pesquisa, Livia Hollerbach, para quem o nicho de NIS precisa ser mais inclusivo, dando maior espaço para fomentar a participação de outros atores sociais como mulheres, pessoas negras e negócios fora da região Sudeste do país, que ainda não foram acelerados e se mantêm, ainda, desassistidos. Somente assim será possível garantir uma maior pluralidade ao ecossistema de NIS no Brasil (GIFE, 2019).

Ainda nesse contexto, o documentário *Poverty, inc.* dialoga muito bem com essa questão dos desafios da diversidade revelados também com os NIS no Brasil. O documentário discorre sobre a questão da indústria da pobreza, de ONGs, instituições de caridade, e também de empreendedorismo social, que fazem um tipo de ‘assistencialismo’ que coloca populações vulneráveis como incapazes, reforçando apenas uma imagem negativa de regiões tidas como subdesenvolvidas e perpetuando relações de dependência.

Do ponto de vista de desenvolvimento regional, a pesquisa realizada pela Pipe.Social (2019) também alerta, através dos números, que 62% dos mais de mil negócios estudados estão

na região Sudeste, 14% no Sul, 11% no Nordeste, 7% na região Norte e 5% no Centro-Oeste. Os números, que trazem essa conexão do documentário com a realidade atual do NIS, apontam para a questão do “complexo do salvador branco”, referindo a posição de superioridade que a branquitude assume em relação a populações racializadas, impondo uma ‘suposta’ situação de maior sabedoria, do lado que presta assistência, trabalha para, mas não com.

Entende-se sempre uma questão importante a ser pensada, em especial quando se tratar da relação entre instituições e grupos mais brancos e populações segregadas por raça ou até mesmo por regiões mais assistidas. Esses pontos trazidos pelo documentário convergem com os resultados da pesquisa sobre os NIS acima referenciada, ao mapear o perfil dos fundadores dos NIS estudados, bem como a participação do recorte relacionado à diversidade racial e de gênero. O documentário problematiza os NIS, inclusive cita o exemplo da *Tom’s Shoes* como um caso questionável que acaba perpetuando a pobreza ao invés de diminuí-la – pois torna-se mais uma questão de *marketing* que de ajuda às pessoas para saírem da pobreza. Por ser citado como um bom exemplo de NIS, cabe a reflexão, ou melhor, cabe qualificar a discussão do que efetivamente se

entende por empreendedorismo socioambiental, avaliação de seus impactos e suas externalidades positivas e negativas.

Talvez, como forma de minimizar esses efeitos de exclusão ainda presentes, e, de certa forma, elitista dos NIS, seria importante pensar em alguma política pública que trouxesse a criação de algum incentivo fiscal, facilidades de financiamentos ou isenção de impostos para os NIS fundados por pessoas pertencentes às classes sociais menos assistidas como mulheres, pessoas negras, raças diversas etc. Entende-se que assim seria possível promover uma redução nessa contradição de “diversidade” nos Negócios de Impacto e torná-los efetivamente mais inclusivos, plurais e de empoderamento econômico a quem de fato precisa. É importante destacar, sobretudo, que, ao invés de reforçar um paternalismo, os NIS devem ser vistos, entendidos e executados como novos modelos econômicos que sejam capazes de estimular o protagonismo, a troca, a escuta e o efetivo processo de justiça social, e não de perpetuar as opressões. Eis o grande desafio que ainda se apresenta, mas, sobretudo, se sobressai como um vasto campo de oportunidades.

REFERÊNCIAS:

ANSHELM, Jonas; HULTMAN, Martin Hultman (2014). A green fatwā? Climate change as a threat to the masculinity of industrial modernity, in NORMA International Journal for Masculinity Studies, Volume 9, Issue 2. 2014., 9:2, 84-96, DOI: 10.1080/18902138.2014.908627.

BARKI, Edgard; COMINI, Graziela Maria; TORRES, Haroldo da gama (Orgs.). Negócios de impacto socioambiental no Brasil: como empreender, financiar e apoiar - Rio de Janeiro: FGV Editora, 2019. 376 p.

BOHN, Katie. How we care for the environment may have social consequences. Penn State New. Posted on 02. Out.2020. Disponível em: <https://news.psu.edu/story/581956/2019/08/01/research/how-we-care-environment-may-have-social-consequences>. Acesso em: 03 de out.de 2020.

FREEMAN, R. E. Strategic management: a stakeholder approach. Boston: Pitman, 1984

FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. The New York Times Magazine, p. 122–126, Sept. 13, 1970.

GIFE – GRUPO DE INSTITUTOS, FUNDAÇÕES, EMPRESAS 2º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental reflete ampliação e fortalecimento da base e maior compromisso com medição de impacto. Disponível em: <https://gife.org.br/2o-mapa-de-negocios-de-impacto-social-ambiental-reflete-ampliacao-e-fortalecimento-da-base-e-maior-compromisso-com-medicao-de-impacto/>. Acesso em: 29 de set. de 2020

Mulheres estão mais engajadas com reciclagem na cidade de São Paulo. ABC. Meio Ambiente Postado em 29 out 2019. Disponível em: <https://www.abcdoabc.com.br/abc/noticia/mulheres-estao-mais-engajadas-reciclagem-cidade-sao-paulo-91501>. Acesso em 03 de out. de 2020.

OLIVEIRA, Guilherme. Divisão de tarefas domésticas ainda é desigual no Brasil. SENADO Notícias, Edição 633, 2018. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/divisao-de-tarefas-domesticas-ainda-e-desigual-no-brasil/divisao-de-tarefas-domesticas-ainda-e-desigual-no-brasil>. Acesso em: 03 de out.de 2020.

PIPE SOCIAL. 2º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental. 2019. Disponível em: <https://www.pipe.social/produtos/mapa2019>. Acesso em: 29 de set.de 2020.

POVERTY, INC. Michael M. Muller (director) co-producer Michael M. Muller/JamesF.FitzgeraldJr. 2014 Dvd 94minutos. Disponível em: <https://www.povertyinc.org/about. > Acesso em 29 de set de. 2020.

SWIM, J.K.; GILLIS, A.J.; HAMATY, K.J. Gender Bending and Gender Conformity: The Social Consequences of Engaging in Feminine and Masculine Pro-Environmental Behaviors. Sex Roles 82, 363–385 (2020).<https://doi.org/10.1007/s11199-019-01061-9>. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-019-01061-9#citeas>. Acesso em: 03 de out.de 2020

EMPATIA E CONCEITO DE NIS

Icaro do Nascimento Rocha

Este capítulo terá foco na importância da empatia, a capacidade humana mais valiosa nas relações diárias. A abordagem é especialmente na empatia aplicada aos negócios, principalmente aos NIS. Esses tipos de organizações buscam isonomia, tolerância, inclusão, dignidade e impactos positivos e, ainda, a geração de valor que permeia a dignidade da pessoa humana - princípio-chave para a construção de relações sociais perenes e saudáveis.

A empatia pode ser entendida como um dos valores mais importantes dentre todos, visto que é através dela que combatemos os principais pilares que destroem a Humanidade: o egoísmo, a intolerância e a desigualdade. A partir do momento em que se consegue compreender melhor uns aos outros, a dicotomia do distanciamento e da frieza à dor alheia se dissipa, tendo sempre em mente que todos temos sonhos, medos, dores, dificuldades e qualidades que nos tornam seres belos, únicos, dignos e merecedores de uma vida plena de abundância e prosperidade.

Para melhor compreensão da relação da empatia com os NIS, pode-se caracterizar a empatia como sendo a faculdade de compreender emocionalmente alguém. Ou seja, é a capacidade

de entender e captar os sentimentos de outrem, de forma a entender as motivações, privações, desejos, medos etc. do objeto ao qual se aplica a empatia. Por muito tempo, defendeu-se a ideia de que poucas pessoas seriam capazes de exercer empatia e que esta seria, portanto, uma característica inata do indivíduo. Essa ideia foi recentemente refutada. A partir de pesquisas e conhecimentos gerados ao longo das últimas décadas, verificou-se a possibilidade de desenvolver a referida competência que, inclusive, vem sendo citada como uma das mais importantes capacidades e competências socioemocionais buscadas para os empregos em nosso século. Assim, a empatia pode ser pensada como uma habilidade essencial para as lideranças corporativas com o objetivo de transmutar o mundo em um ambiente mais propenso à cooperação e convivência pacificada.

A aplicação de práticas que lidam com a empatia na implementação de NIS pode favorecer o seu sucesso e aumentar exponencialmente o nível de suas interações, uma vez que um dos componentes da empatia que está diretamente ligado ao afetivo baseia-se na partilha e na compreensão do estado emocional dos outros, clientes e/ou beneficiados, facilitando uma maior interação e conexão. Isso pode ser utilizado para geração de melhores dados para os negócios, bem como para a geração de comportamentos altruístas, o

que muitas vezes é o que promove uma iniciativa de impacto, onde o principal motivador é o de fazer o bem e promover mudanças positivas para melhorar o mundo em determinados contextos e aspectos.

A empatia é peça-chave na mudança que se pode desejar para o planeta. Ela auxilia potencialmente nos processos dos ciclos de produção, na redistribuição de renda, na diminuição de desigualdades, na inclusão social, racial, étnica, de gênero. É através da empatia que se observa a capacidade de se entender uns aos outros, tendendo a uma relação mais harmoniosa com base nos valores resultantes de uma comunicação dialógica, que resulta em falas e escutas completas, assertivas e com menos barreiras. Assim, promove-se um ambiente mais favorável às negociações, bem como pode melhorar a autoestima dos indivíduos inseridos nessa atmosfera de maior compreensão.

O valor traduzido na empatia gera diversos benefícios e é capaz também de promover ajuda no campo da negociação, na percepção de como o outro se sente, na valorização da individualidade e geração de valor para cada indivíduo.

Pode-se inferir que sentir o que os outros sentem é uma forma nítida e sensível de enxergar o mundo de forma mais completa, entendendo a complexidade que habita em cada um de nós. Os NIS visam sempre à geração de benefícios sustentáveis, perenes e que promovam mudanças positivas na sociedade e/

ou no meio ambiente. Ou seja, são organizações que buscam a ruptura dos mecanismos de mercado clássicos que visam apenas à geração de lucros e dividendos, sem se preocupar com os impactos negativos e com o progresso inerente ao contexto da democracia e da igualdade.

Por fim, cabe ressaltar que é necessário deixar de lado o modelo de competição, concorrência e escassez, que beneficia o lucro em detrimento de qualquer outro bem ou valor, e fomentar o mercado com uma nova visão de cooperação, sinergia e abundância, onde todos possam ter acesso aos recursos através de uma distribuição igualitária, de forma a contribuir com o progresso social, entendendo que através da empatia somos todos capazes de viver dignamente.

FINANCIAMENTO

Natália Maria Lopes Menezes

Existem diversas formas de buscar financiamento para um NIS nascente, em fase de escalabilidade e mesmo para uma organização que visa se reposicionar como um NIS. Há fontes públicas ou privadas que requerem ou não a cessão e participação no negócio. No entanto, o primeiro ponto a se observar no momento de procurar essas fontes é entender o momento do negócio em sua jornada empreendedora para acessar capital empreendedor.⁴

De acordo com o SEBRAE (2016), podemos classificar os negócios em quatro estágios: Estágio 1 – **Ideação**: Momento de construção da ideia do negócio; Estágio 2 – **Validação**: Período de realização de testes e protótipos, colocando na prática seu plano; Estágio 3 – **Lançamento e Operação**: Momento em que o negócio está criado e fazendo as primeiras vendas; Estágio 4 – **Expansão e Escala**: Período em que o negócio está estável, estruturado e preparado para crescer. Tendo em vista esses estágios, é possível buscar as melhores fontes de financiamento. Seguem abaixo alguns exemplos de formas de financiamento de acordo com os estágios.

Estágio 1:

Recursos Próprios – Investimento realizado com os recursos do próprio empreendedor. Este tipo de investimento proporciona autonomia aos empreendedores, porém, geralmente, faz com que o tempo de desenvolvimento do negócio seja muito maior.

Familiares e Amigos – São os investimentos feitos por quem têm relações de amizade e parentesco com o empreendedor, também conhecido como FFF (*Family, Friends and Fulls*). Consultores dizem que é melhor ter cautela com esse tipo de recurso, já que esses investidores atuam com o coração, não tendo perfil profissional de capital empreendedor.

Estágio 2:

Crowdfunding – Arrecadação de recursos de forma colaborativa por meio de plataforma digital. É importante que tenha um interesse coletivo e é uma forma de testar e divulgar o negócio. É a famosa ‘vaquinha’, que também ganhou vez com a Internet, oportunizando micro-operações digitais de fluxo de recursos financeiros. Não têm regulamentação formal no Brasil e diferem do *equityfunding*, que será tratado posteriormente.

Microcrédito – Empréstimos de baixo valor para pequenos empreendedores ampliarem seus negócios, não tendo

⁴ Muitos preferem usar o termo “capital de risco”, mas a tradução do inglês ao português carrega sentido pejorativo que pode ser evitado.

necessidade de garantias. Nesse contexto, o credor não se envolve no negócio em si e, com o fim dos pagamentos, a relação termina.

Estágios 2 e 3:

Doações/Grants – Financiamento que não requer a devolução do valor doado. Normalmente é realizado por fundações, institutos e empresas por editais ou até prêmios e patrocínios oferecidos, de acordo com o impacto gerado ou sinergias. Os NIS podem e devem contar com estes recursos, mas precisam ter pouca dependência deles, caso contrário não terão consistência e coerência com as características determinantes que definem os NIS.

Aceleradoras – Organizações com e sem fins de lucro, que apoiam o desenvolvimento de negócios inovadores nascentes, auxiliando no crescimento, na estruturação de rodadas de investimento. Diferem-se das incubadoras de negócios principalmente pelo tempo de assessoramento às *startups* e *scale ups* e, também, pelo fato de que a maioria das aceleradoras aportam recursos financeiros em suas aceleradas em troca de participação societária.

Subvenção Econômica – Instrumento que permite o apoio a empreendimentos inovadores por meio da utilização de recursos públicos acessados em editais lançados por órgãos governamentais específicos de fomento à pesquisa e inovação. Esse

tipo de recurso já foi também chamado de recurso "a fundo perdido", mas o termo tem sido evitado pelo lado pejorativo associado. A FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos, uma das agências federais de fomento à inovação nacional) e as FAPs (Fundações de Amparo à Pesquisa dos Estados federativos) têm muita representatividade neste tipo de recurso disponível aos empreendimentos nascentes e em fase de escalabilidade no Brasil.

Estágios 3 e 4:

Investimento Anjo – Pessoas físicas que investem a partir de seus próprios recursos em empresas em estágio inicial, buscando potencial ganho financeiro com o crescimento do negócio, além de interação com o negócio por ser de sua área de atuação ou próximo a ela. Legislação recente proveu mais segurança a esses importantes agentes econômicos no campo do capital empreendedor.

Empréstimo Subsidiado – Empréstimos realizados por instituições de fomento, nacionais ou internacionais, com juros abaixo de mercado, zero ou até mesmo não reembolsáveis.

Crowdequity – Financiamento por meio de plataformas digitais que conectam investidores com empresas. Diferentemente do *crowdfunding*, no *crowdequity* o investidor passa a deter uma participação minoritária no negócio por meio de um título de dívida conversível. Diferem das vaquinhas eletrônicas

(*crowdfunding*), e são supervisionadas pela CVM – Comissão de Valores Mobiliários.

Fundos de *Venture Capital* – Fundos que realizam investimento de capital privado em troca de participação no negócio, buscando valorização expressiva para num longo prazo (normalmente de sete a dez anos) sair do investimento. Os fundos de investimento de impacto social que usam esse formato alinham o retorno financeiro com o impacto social ou ambiental esperado, sendo que esses agentes econômicos têm que ter sensibilidade para esperar o tempo da medição do impacto no ciclo completo operacional organizacional; muito chamam essa prática de “capital paciente”.

Empréstimo Socioambiental – Similar a um empréstimo tradicional, mas para negócios de impacto social. A diferença dos fundos de investimento de impacto é que o retorno obtido na operação não vai para o credor, mas sim para o próprio negócio ou outros similares.

Estágio 4:

Securitização de Recebíveis de Impacto Socioambiental – Operações desenhadas de acordo com o negócio que gera títulos lastreados em um fluxo de recebíveis futuro originado por negócios de impacto social e ambiental.

Contratos de Impacto Social – Mecanismo inovador que realiza o pagamento por resultados sociais e não por atividade. Nesse

modelo, o Governo contrata serviços sociais e o retorno financeiro para os investidores ocorre apenas se atingidas as metas sociais definidas inicialmente. No Brasil, essa prática ainda é muito incipiente, mas há estudos que valem ser acessados para acompanhar a evolução dessa prática, que já é corriqueira em países como Inglaterra, EUA, Portugal, dentre outros.

Financiamento Bancário – Linhas de crédito tradicionais oferecidas por bancos comerciais privados para negócios maduros com garantias a ofertar. Em geral, são os recursos menos vantajosos sob a perspectiva dos juros aplicados.

Dentre os recursos acima, existem os que são aplicáveis a qualquer tipo de empreendedor e os que são específicos para NIS. Os que são direcionados para esse tipo de negócio fazem parte das finanças sociais, ou seja, capital direcionado para negócios de impacto ou para ações que geram impacto social com sustentabilidade financeira. As principais características das finanças sociais são: o compromisso do capital com o impacto social positivo, a existência de mecanismos financeiros que permitam contratação e circulação do capital para os negócios de impacto, o foco em modelos de negócio com a missão explícita de gerar impacto social e a medição e o monitoramento do impacto por meio de indicadores sociais e resultado financeiro.

REFERÊNCIAS:

ALIANÇA PELOS INVESTIMENTOS E NEGÓCIOS DE IMPACTO. Produtos Financeiros de Impacto Socioambiental. Oportunidades para Investidores. Brasil, 2019.

FTFS - FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. Pesquisa de Intermediários do Ecossistema de Finanças Sociais e Negócios de Impacto. Brasil, 2015.

ICE - INSTITUTO DE CIDADANIA EMPRESARIAL. Finanças Sociais. Disponível em: <https://ice.org.br/financas-sociais/>. Acesso em: 28 de set. de 2020.

SEBRAE/RJ. Guia sobre oferta de capital para negócios de impacto social. Brasil, 2016.

GESTÃO INTEGRADA ESG

Eduardo Cavalheiro Moura, Manuela de Oliveira Rajão e Roselenir Floriano

As crises mostram-se impulsionadoras de grandes mudanças, quebra de paradigmas e, essencialmente, despertam um olhar mais atento para inovações, permitindo-se repensar os modelos vigentes. No caso dos negócios de modo geral, para superar crises, são necessárias ferramentas de gestão como aliadas ao seu desenvolvimento e sobrevivência. Recentemente, os critérios ESG para avaliação de investimentos, do inglês *Environment, Social and Governance*, vêm ganhando popularidade no Brasil como um possível efeito da pandemia de Covid-19, trazendo grandes expectativas de pulverização e consolidação diante das novas perspectivas econômicas e de mercado que vêm sendo propostas em nível global.⁵

É de extrema importância discutir e avaliar as sinergias e fronteiras entre o conceito de gestão baseado em ESG e o de investimentos de impacto, que é relevante quando falamos de um ecossistema que foca em uma agenda de impacto positivo. O ASG (Ambiental, Social e Governança), em português, tem como fundamento uma lente de sustentabilidade nas tomadas

⁵ Mais informações e atualizações em <https://www.infomoney.com.br/tudo-sobre/esg/>

de decisões para investimento e parcerias no que diz respeito ao papel de organizações que pertencem ao setor privado. Esses critérios levantam a questão sobre o que é necessário para o bem-estar do futuro ao investir no presente.

É de extrema importância esse avanço no Brasil, um país em que a preocupação com o meio ambiente e as questões sociais sempre foram ideologizadas. Ideologia essa que costuma ser antagonizada pelos mercados financeiros, o que fez com que essas questões sempre sejam deixadas de lado, preteridas em relação aos resultados financeiros e abrangência mercadológica em territórios e populações.

As sociedades estão se transformando e com isso as prioridades também mudam. Cada vez mais a questão ambiental e social vem à tona e por isso empresas que levam em consideração tais questões estão se tornando melhores negócios. Inclusive, por conta dessa “popularidade” muitas empresas vêm usando mercadologicamente o termo para se promoverem. É o que chamamos de *greenwashing* ou *socialwashing*⁶, quando as empresas na realidade geram impactos negativos, mas os mascaram usando, principalmente, ações de *marketing* para esse fim.

Em outras palavras, isso significa que ESG não parte da ação proativa de promover impacto positivo em sua origem. Muitas vezes esse conceito está relacionado à redução de externalidades negativas na cadeia produtiva ou de valor de um negócio. Essa é principal diferença entre ESG e investimento de impacto. Os investimentos de impacto buscam aportar capital (dos mais variados formatos) para negócios que tanto geram retorno financeiro e operam pela lógica de mercado, quanto contribuem para solucionar um problema socioambiental. Isso se relaciona à intencionalidade e comprometimento desses empreendimentos e investidores para o fortalecimento da agenda de impacto, que se traduz em todo um fluxo, com premissas e critérios, para compor mais um fator de decisão para investimentos, além de risco e retorno: o impacto social e/ou ambiental positivo, medido e monitorado.

Uma das importantes frentes que compõe esse movimento é a efetiva mensuração e comunicação do impacto positivo gerado, assim como deveria ser também cultura organizacional a mensuração e publicização de efeitos negativos das intervenções organizacionais. De toda sorte, a atuação de agentes que gerem fundos de impacto e a ação de outras organizações

6 E *impactwashing* em nosso caso dos NIS.

intermediárias, dinamizadoras, tem trazido robustez para o setor brasileiro e aprimorado suas técnicas e ferramentas para compor portfólios que aliem retorno financeiro atrativo e impacto socioambiental positivo e mensurado.

REFERÊNCIAS:

LOPES, Laiza Desvendando o ESG: o que significa e como se aproxima ou não da agenda de impacto. Aupa Jornalismo de impacto 21/09/2020. Disponível em: <https://aupa.com.br/desvendando-esg-o-que-significa-e-como-se-aproxima-ou-nao-da-agenda-de-impacto/>. Acesso em: 04 de out. de 2020

SETTER, Geraldo. Desmistificando conceitos, diferenças entre investimentos ESG e de impacto. Blog da Exame.30/07/2020.Disponível em: <https://exame.com/blog/impacto-social/desmistificando-conceitos-diferencas-entre-investimentos-esg-e-de-impacto/>. Acesso em 04 de out.de 2020

HIBRIDISMO

Diogo Viana Grion Velasco

O conceito de hibridismo envolve a ideia de modelos de negócios híbridos, que operam de forma mais direcionada a finalidades sociais e ambientais, mas que não precisam necessariamente se negar a gerar riquezas ou produzir lucro. De acordo com Granados e Rosli (2019), o modelo de negócio híbrido de empresas sociais pode ser desafiador para administrar e para equilibrar todas as suas atividades entre ser uma empresa lucrativa e criar um valor social, de modo que essas duas finalidades possibilitam muitos debates sobre questões como: distribuição de lucros, propriedade, governança e a relação entre missão e serviços.

De todo modo, observa-se que a característica híbrida se justifica por estar exposta a lógicas financeiras/comerciais, assim como filantrópicas ou de bem-estar; sendo que empreendimentos sociais priorizam a criação de valor para a sociedade em detrimento da apropriação de valor para suas próprias organizações (BIRKHOLZ, 2015).

Também é importante destacar que dentro do conceito de hibridismo existem outros pontos interessantes, como a concepção de que a essência híbrida dos negócios sociais envolve uma natureza coletiva que pode ajudar na formação de uma

boa interação com Governos e fortalecer o reconhecimento das demandas sociais pelo poder público. No entanto, nota-se que a natureza coletiva não é fácil de ser alcançada. Ela se torna possível a partir da construção da legitimidade, que se constitui como uma das principais raízes para a própria existência de um NIS.

Nesse sentido, para a configuração de um NIS, que precise lidar e trabalhar com o conceito de hibridismo, é necessário a obtenção da legitimidade. Essa legitimidade pode ser construída de algumas formas e destaca-se aqui sua busca por meio do sistema coletivo que, de acordo com Granados e Rosli (2019), se torna possível a partir da colaboração entre os NIS com as comunidades locais e com outros *stakeholders*.

Tal colaboração permite a criação de um elo de confiança que pode ajudar na condução do próprio negócio, tendo em vista a escassez de recursos, como também pode ajudar o NIS a conquistar visibilidade. Portanto, a obtenção da legitimidade por meio do sistema coletivo conseqüentemente também ajuda na própria realização do impacto social/ambiental do negócio.

O conceito de hibridismo pertence à área de estudos dos NIS e tem capacidade de ajudar a sociedade na construção de um mundo socialmente mais justo e ambientalmente mais responsável.

REFERÊNCIAS:

BIRKHOLZ, Christoph. Five Making Hybrids Work: Aligning Business Models and Organizational Design for Social Enterprises. Dissertation of the University of St. Gallen, School of Management, Economics, Law, Social Sciences and International Affairs to obtain the title of Doctor of Philosophy in Management, Saint Gallen, May 19, 2015.

GRANADOS, Maria; ROSLI, Ainurul. 'Fitting In' vs. 'Standing Out': How Social Enterprises Engage with Stakeholders to Legitimize their Hybrid Position. *Journal of Social Entrepreneurship*. Routledge, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1604405>, Acesso em: 20 de set. de 2020.

INOVAÇÃO SOCIAL

Karoline Mendonça Jacome

A relação dos NIS com a inovação social é direta! Isso porque, a inovação social é, segundo a *Stanford Social Innovation Review*⁷, uma nova solução para um problema social; uma solução mais efetiva, eficiente, sustentável ou justa do que as soluções já existentes e cujo valor gerado beneficia, prioritariamente, a sociedade como um todo e não apenas alguns indivíduos.

Para Geoffrey Mulgan (2010), inovações sociais são: “atividades inovadoras e serviços que são motivadas pelo objetivo de resolver uma necessidade social e que são predominantemente difundidas por organizações em que o propósito primário é social.”

Além dessas definições, surgiram algumas outras mais recentes na Academia, onde a inovação social passou a ser compreendida mais como um processo do que como um resultado, e mais ainda, algo que envolve uma nova forma de relacionamento ou vínculo entre as pessoas. Sendo assim, uma característica marcante da inovação social é uma mudança na “maneira como as pessoas decidem, agem e se comportam, isoladamente ou em conjunto” (FRANZ et al., 2012, p. 4).

7 Disponível em: https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition

8 Disponível em: <https://aulalivre.net>.

Murray et al. (2010, p.3) definem o termo inovação social como: “Novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente atendem às necessidades sociais e criam novas relações sociais ou colaborações. Em outras palavras, são inovações que são boas para a sociedade e também aprimoram sua capacidade de ação.”

A partir das inovações sociais surgidas, podemos perceber que a importância que elas possuem para a comunidade e seus benefícios são os mais diversos, de acordo com cada problema existente em nossa sociedade, como por exemplo: desemprego, pobreza extrema e exclusão social.

Uma das principais características desse tipo de inovação é a busca pela solução de problemas sociais a longo prazo. Além disso, a participação dos usuários finais e demais envolvidos (cocriação) no processo de desenvolvimento acaba por torná-lo mais ético e sustentável.

Alguns exemplos que demonstram e ressaltam a necessidade de investimento em inovação social: “Movimento Boa Praça”, com seus projetos de revitalização comunitária das praças de São Paulo e contando com a participação dos moradores do entorno do espaço; “Aula Livre”, onde o site aulalivre.net⁸

apresenta videoaulas gratuitas com conteúdo para o vestibular e Enem; “Periferia em Movimento”, coletivo de comunicação sobre, para e a partir das periferias.

Assim, a inovação social pode ocorrer em diferentes contextos, inclusive no campo dos NIS e das demais práticas do campo da Nova Economia, como a economia regenerativa, economia solidária, colaborativa, comércio justo, dentre outras; tanto provendo valor a organizações do Terceiro Setor, como de práticas do Estado e das organizações privadas tradicionais.

Vale ainda registro de que tipologias ligadas a esse campo, como o das tecnologias sociais⁹ (DAGNINO, 2014), são muito relevantes e promissoras, merecendo também a atenção de formuladores de políticas para o enfrentamento de problemáticas sociais e ambientais.

REFERÊNCIAS:

CARVALHO, Rafael. Afinal o que é inovação social?2015. Disponível em: <https://www.napratica.org.br/inovacao-social/>

DAGNINO, Renato Tecnologia social: contribuições conceituais e metodológicas. Eduepb, 2014

DEBONI, Fabio. Desafios da Inovação Social2019. Disponível em: <https://gife.org.br/desafios-da-inovacao-social-no-brasil/>

FARFUS, Daniele. Inovação Social: Compreendendo e Refletindo Sobre o Conceito. Disponível em: <https://nossacausa.com/inovacao-social-compreendendo-e-refletindo-sobre-o-conceito/>. Acesso em: 28 de set. de 2020.

FRANZ, H. W.; HOCHGERNER, J.; HOWALDT, J. Challenge Social Innovation: Potentials for Business, Social Entrepreneurship, Welfare and Civil Society. Springer, 2012.

HEIDRICH, Giovana. Exemplos de Inovação. 2012. Disponível em: https://pt.slideshare.net/Giovana_Heidrich/exemplos-de-inovacao?next_slideshow=1

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. The open book of social innovation. London: The Young Foundation/The Basingstoke Press, 2010.

RIZARDI, Bruno. O que é inovação social no governo?2019. Disponível em: <https://www.politize.com.br/inovacao-social-e-governo/>

⁹ Tema trabalhado em um capítulo deste livro.

JUSTIÇA SOCIOAMBIENTAL

Luísa Acauan Lorentz

Os NIS podem estar diretamente relacionados com justiça social e ambiental, a depender do quanto se atenham à sua motivação inicial. Isto porque o grande diferencial que distingue os NIS de organizações tradicionais é o seu propósito explícito de solucionar algum problema social e/ou ambiental, via mecanismos de mercado. Assim, são iniciativas que possuem um potencial de resolver gargalos relacionados à injustiça social e/ou ambiental, como a dificuldade de acesso a serviços e produtos de qualidade e a crédito e financiamento.

Igualmente, NIS podem estar envolvidos na garantia de direitos e de um meio ambiente equilibrado, propondo contribuições para problemas como a destinação de resíduos, o acesso a saneamento básico ou a ampliação do acesso à energia, assim como em diversas outras áreas que, de modo geral, requerem mudanças em prol de uma democratização e redução de desigualdades. Não obstante, é importante enfatizar a diferença entre potencial e ação efetiva, pois os NIS, assim como qualquer iniciativa de inovação, especialmente aquelas submetidas às lógicas de negócios como é o caso, estão passíveis de serem incorporados pelo sistema e reforçar o modo tradicional de

fazer as coisas (o que se chama de *business as usual*), que coloca o lucro acima da vida.

Nesse sentido, é interessante destacar como a questão de justiça socioambiental é complexa e requer uma análise cuidadosa. A ação de organizações da sociedade civil (OSC), instituições de caridade e mesmo de outras do campo do empreendedorismo social podem contribuir para a perpetuação da chamada “indústria da pobreza”, um tipo de “assistencialismo” que coloca populações vulneráveis como incapazes, reforçando apenas uma imagem negativa de regiões tidas como subdesenvolvidas e perpetuando relações de dependência.

Não obstante, os NIS têm potencial para criar outra imagem, no sentido de empoderar populações e dar autonomia, torná-las protagonistas, o que de fato consiste em justiça socioambiental, igualando oportunidades e reparando desigualdades.

Enquanto a caridade compete com a indústria local, os NIS impulsionam, ensinam e contribuem quando se constituem enquanto iniciativas que se constroem “com” e não somente “para”. Para isso, é necessário esse cuidado de não reforçar um paternalismo, de estar atento para estimular o protagonismo e não perpetuar opressões, estimular a troca e a escuta quanto às necessidades da população do território onde se pretende

atuar, buscando sua inclusão. Portanto, é busca constante pela centralidade do impacto no negócio e não apenas como estratégia de divulgação ou externalidade positiva.

REFERÊNCIAS:

ACSELRAD, Henri; MELLO, Cecília C. A.; BEZERRA, Gustavo N. O que é justiça ambiental. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

PIPE SOCIAL. 2º Mapa de Negócios de Impacto: Social + Ambiental, 2019. Disponível em: <https://www.pipe.social/produtos/mapa2019>

POVERTY, Inc. Direção e produção de Michael Matheson Miller. Estados Unidos: Ro*coFilms, 2014. 91min. Disponível em: www.povertyinc.org Acesso em: 29 de set. de 2020

RIBEIRO, Djamila. Pequeno manual antirracista. São Paulo: Cia. das Letras, 2019.

KPIs PARA MEDIÇÃO DE IMPACTO

Sandra Zimermann, Pedro Rudah Bittencourt e Silva e Roselenir Floriano

Key Performance Indicator, ou em português, Indicadores-chave de Desempenho, são métricas para avaliação e correção constante de planejamento estratégico das organizações. Possuem várias categorias de análise definidas pelos próprios gestores: produtividade, qualidade, capacidade, lucratividade, retenção de equipe, estratégia e outros monitoramentos que ajudem a medir o desempenho do negócio para adequar os processos e alcançar os objetivos estabelecidos ou o propósito, quando o negócio é um NIS. O impacto socioambiental pode ser uma categoria de KPI não apenas para NIS, mas para outras organizações alinhadas com as técnicas mais atuais de governança e medição de impacto.

Os modelos de NIS, definidos como empreendimentos que possuem a intenção de geração de impactos positivos, ambiental e/ou social, através de um modelo de negócio financeiramente sustentável, podem ser utilizados como estratégias dentro das grandes organizações para a Gestão Ambiental.

Desde 2010, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) instituiu dentre os seus princípios a visão sistêmica na gestão dos resíduos sólidos, considerando as variáveis ambientais e sociais, entre outras. Além disso, a PNRS estabeleceu a

responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, o que compromete a cadeia produtiva e consumidora, atribuindo a eles a responsabilidade pela correta gestão dos produtos ao final da vida útil.

Considerando a responsabilidade das organizações em promover a gestão ambiental de resíduos e um desenvolvimento mais sustentável e responsável, o desenvolvimento de NIS com instituições parceiras, patrocinadas e incentivadas pelas organizações, pode promover e garantir o cumprimento da legislação, gerando impactos positivos nas esferas ambientais e sociais. A promoção de NIS pode ser uma forma de gerar cumprimento de legislação ambiental, bem como outras estratégias que demonstrem a responsabilidade empresarial da organização, que afinal resgata a função social das empresas conforme previsto na Constituição Federal (BRASIL, 1988), que será tratada no próximo capítulo.

É de suma importância separar a relação do impacto social versus impacto ambiental, visto que há complementaridade apesar de também existir processos excludentes.

Toda organização que tenha um foco no impacto ambiental de alguma forma terá seu impacto social materializado como, por exemplo, deixar uma mata em pé gera um ambiente mais agradável na comunidade do entorno, mesmo não sendo usada de forma puramente exploradora. Porém, o inverso não

é sempre complementar, enquanto um NIS pode gerar um impacto ambiental negativo como o aumento do consumo de matéria-prima, geração de resíduos e diversos outros efeitos nocivos à sociedade.

Os KPIs de um NIS devem ser estabelecidos inicialmente em função do propósito e constantemente verificados, para que haja avaliação de externalidades e impactos gerados.

REFERÊNCIAS:

BRASIL. Lei Federal n. 12.305/2010: Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, de 02 de agosto de 2010. Disponível http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12305.htm Acesso em: 28 de set. de 2020.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 28 de set. de 2020.

LEGISLAÇÃO

Felipe Menezes Alves

A Lei nº 10.483/19 do Rio Grande do Norte, a Lei nº 8.571/19, do Estado do Rio de Janeiro e o Projeto de Lei nº 437/2020, de São Paulo são exemplos de legislações recentes que têm favorecido organizações sociais e NIS, acolhendo o campo da atuação direcionada a grupos e setores econômicos vulneráveis, amparando e qualificando suas demandas. Elas resultam de esforços de sujeitos coletivos articulados nacionalmente, especialmente junto à Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto (ENIMPACTO), à Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto e suas respectivas representações estaduais.

O princípio da “Função Social da Empresa”, previsto em nossa Constituição, é um importante instrumento para o exercício da atividade econômica, tendo em vista que o seu conceito advém da junção dos diversos princípios da ordem econômica constitucional. Seu propósito visa orientar as atividades empresariais, de maneira a contemplar, além dos interesses dos sócios, os interesses dos diversos sujeitos envolvidos e afetados pelas empresas. A função social da empresa contém uma essencial incumbência sistematizadora no ordenamento jurídico, com o objetivo de compatibilizar os diversos interesses envolvidos na atividade econômica, ao mesmo tempo

em que se busca a preservação da empresa e da atividade lucrativa que assim a qualifica.

De acordo com o *caput* do artigo 170, da Constituição Federal Brasileira (BRASIL, 1988):

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003)

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 6, de 1995)

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

Vale ressaltar que o artigo 170 da Constituição Federal traz diversos princípios que orientam e direcionam o exercício da livre iniciativa empresarial, a exemplo da livre concorrência, da proteção dos empregados, da defesa do consumidor e do meio ambiente, da redução das desigualdades e do tratamento diferenciado à empresa de pequeno porte.

A função social, nesse sentido, mantém relação com todos esses princípios, procurando destacar que o fim da empresa é o de proporcionar benefícios para todos os envolvidos diretamente com a atividade e, ainda, para a coletividade. Não é por outra razão que há considerável ação do legislador nos assuntos descritos pelo art. 170, com vistas a concretizar tais princípios em regulação jurídica específica.

Outro assunto relevante diz respeito ao Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 338/18 que visa o Contrato de Impacto Social (CIS), acordo de vontades por meio do qual uma entidade pública ou privada, com ou sem fins lucrativos, se compromete a atingir determinadas metas de interesse social, mediante o pagamento de contraprestação do poder público, condicionada à verificação, por agente independente, do atingimento dos objetivos.

No exterior, esses títulos são conhecidos como *Social Impact Bonds* (SIBs), cujo estado da arte foi pesquisado pelas professoras Beatriu Canto *et al.* (2019). Elas argumentam que os SIBs representam um novo modelo de contratação pública que

permite o investimento em áreas sociais com aporte de recursos privados. Assim, o retorno financeiro dos recursos investidos dessa parceria público-privada está atrelado ao alcance de resultados pré-estabelecidos. Essa estratégia articula governos, prestadores de serviços, investidores, intermediários e os avaliadores. Os beneficiários são o público-alvo da própria intervenção.

A primeira FAP (Fundação de Amparo à Pesquisa) nacional que acolheu o campo dos NIS foi a do Rio de Janeiro (FAPERJ) que, em 2018, lançou um edital exclusivo para fomentar empreendimentos nascentes e entidades de apoio fluminense.

Mesmo que o projeto de Lei dos CIS esteja ainda em tramitação no Congresso Nacional, vale mencionar a iniciativa da SITAWI visando um mundo onde o capital seja mais barato, abundante e paciente para organizações e negócios que geram impacto socioambiental positivo, o qual foi implementado em 2019 com recursos subsidiados do Instituto Sabin e pelo edital supracitado da FAPERJ.

Adicionalmente, o programa InovAtiva de Impacto surgiu, em 2019, como um desdobramento do InovAtiva Brasil de aceleração do Governo Federal (Ministério da Economia) com o SEBRAE Nacional e outros parceiros, qualificando ainda mais tal programa nacional, que existe desde 2013 para apoiar

empreendimentos inovadores em fase de crescimento. Com isso, os NIS em fase *scale up* ganharam ainda mais visibilidade na agenda pública.

Vale ainda menção à proximidade recente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) do campo dos NIS. Isto porque, para 2021, determinaram ser esta a natureza dos projetos de empresas nascentes que serão assistidos pelo programa de aceleração de startups de impacto, intitulado “BNDES Garagem”, que terá como foco prioritário empreendedores sociais que estão desenvolvendo soluções para saúde, educação, sustentabilidade, GovTech e cidades sustentáveis.

O marco legal para os NIS, que está sendo pouco a pouco desenhado no Brasil, prima por categorizar os NIS de modo a serem objeto de políticas públicas com recursos públicos advindos dos tributos pagos pelos cidadãos.

Entende-se que o Estado tem mesmo o dever de promover e reconhecer políticas públicas que acolham e garantam a proposta com a sua principal finalidade: desenvolver a inovação social protagonizada pelos negócios de impacto social, inclusive estimulando que outros agentes também fortaleçam o ecossistema.

Pode-se contar especialmente com as pastas (Secretarias municipais, estaduais, ministeriais e distritais) ligadas à Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) para receber o campo da inovação

social como merecedor de esforços e recursos da *res publica*.

REFERÊNCIAS:

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.

BRASIL Senado Federal. Projeto de lei do Senado nº 338 de 2018. Dispõe sobre Contrato de Impacto Social. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/133946>

CANTO, Beatrui; Christopoulos, Tania Pereira; MELLO, Ruth E. S. de.; MATOS, Pedro Verga. Títulos de Impacto Social: panorama internacional e desafios para implementação no Brasil. in: XXII SEMEAD Seminários em Administração. São Paulo, novembro de 2019 ISSN 2177-3866

DIÁRIO OFICIAL DO RIO GRANDE DO NORTE. Disponível em: <http://diariooficial.rn.gov.br/>. Acesso em: 22 de fev. de 2021

REVISTA ÂMBITO JURÍDICO. Disponível em: <http://ambitojuridico.com.br>

RIO DE JANEIRO. Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro (ALERJ), Lei nº 8571 de 16 de outubro de 2019. Institui a política estadual de investimentos e negócios de impacto social e dá outras providencias. Disponível em: <https://andrececiliano.com.br/lei-8-571-2019-institui-a-politica-estadual-de-investimentos-e-negocios-de-impacto-social/>

RIO DE JANEIRO. Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro (ALERJ). Projeto de Lei nº 2207/2020. Autoriza o poder executivo a prover renda mínima emergencial a empreendedores sociais e negócios de impacto social, em casos de emergência ou calamidade pública

no Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/scpro1923.nsf/18c1dd68f96be3e7832566ec0018d833/6d8a3c7b-389c3ff60325853c004d7c4e?OpenDocument#:~:text=2%2C%20inciso%20I%20e%20IV,a%20inclus%C3%A3o%20social%20dos%20consumidores>

SÃO PAULO. Câmara Municipal. Projeto de lei nº437/2020. Institui Política Municipal de Fomento a Investimentos e Negócios de Impacto na capital paulista. Disponível em: <http://ice.org.br/projeto-de-lei-cria-politica-para-impacto/>

MOVIMENTO DE EMPRESAS B

Ana Lucia Viçoso da Cruz Almeida

O Movimento de empresas B é um movimento que tem como objetivo ressignificar o conceito de sucesso nos negócios, onde o mesmo passa a ser medido não apenas pelos resultados financeiros, mas também, e sobretudo, pelos resultados de impacto positivo na sociedade e meio ambiente.

A certificação B, criada nos Estados Unidos em 2006 pelo BLab e trazida para o Brasil em 2013 pelo Sistema B, confere às empresas que a possuem um reconhecimento de muito valor para um mercado cada vez mais exigente e em busca de empresas socioambientalmente responsáveis.

As empresas que buscam essa certificação têm por objetivo serem as melhores para o mundo e não as melhores do mundo. Para isso se submetem a um rigoroso processo de avaliação de impacto que permeia cinco dimensões: governança, meio ambiente, trabalhadores, comunidade e clientes. Precisam obter uma pontuação mínima para pleitear a certificação, que é avaliada e concedida pelo BLab.

Além de se submeter à avaliação, uma Empresa B deve se comprometer a ter altos padrões de gestão e transparência e formalizar seu compromisso com a geração de benefícios

sociais e ambientais, por meio da inserção de cláusulas específicas em seus estatutos / contratos sociais.

Qualquer empresa, com fins lucrativos, com pelo menos um ano de operações, pode buscar a Certificação como Empresa B, contanto que tenha práticas para isso, não havendo limite de porte. Empresas que nascem com o propósito de impacto e querem começar “B” podem obter uma certificação B Pendente, já alterando seu contrato social e demonstrando assim seu compromisso de impacto.

Vale ressaltar que os Negócios de Impacto Socioambiental têm grande potencial para se tornarem empresas B, porém, como a avaliação de impacto abrange as cinco dimensões já relacionadas, nem sempre é fácil para o NIS obter a certificação.

NIS NO BRASIL

Laís Schomaker Maurell e Natália Maria Lopes Menezes

No Brasil, os NIS passaram a se expandir a partir de 1986, com a chegada de filiais de organizações internacionais como a *Nesst* e a *Ashoka*. Esta última é uma organização sem fins lucrativos, com foco em empreendedorismo social, fundada na Índia, em 1980, por Bill Drayton (ANASTACIO *et al.*, 2018).

Podemos observar muitas iniciativas inovadoras no ecossistema dos NIS no Brasil e, desde 2017, contamos com articulações nacionais como a Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto e a Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto (ENIMPACTO)

De acordo com legislação dos NIS, este tem sido o perfil dos principais atores que os respectivos ecossistemas locais podem contar, conforme classificado pelo Decreto nº9.977, de 19 de agosto de 2019:

- I - Negócios de Impacto - empreendimentos com o objetivo de gerar impacto socioambiental e resultado financeiro positivo de forma sustentável;
- II - Investimentos de Impacto - mobilização de capital público ou privado para negócios de impacto; e
- III - Organizações Intermediárias - instituições que facilitam, conectam e apoiam a conexão entre a oferta (investidores, doadores e gestores empreendedores) e a demanda de capital (negócios que geram impacto social).

É muito importante que os empreendedores inovadores do campo dos NIS tenham conhecimento desses agentes econômicos os quais podem contar em suas jornadas, lançando mão de capital empreendedor por parte de investidores e também de organizações dinamizadoras que certamente podem contribuir de inúmeras formas, tanto no desenho de modelos de negócios, na conformação de rede de parceiras, aproximação com *stakeholders*, na estratégia de medição de impacto, dentre outras possibilidades.

Pode-se destacar, dentre as organizações dinamizadoras com atuação nacional, o Instituto de Cidadania Empresarial (ICE)¹⁰, a Artemísia (Organização sem Fins lucrativos que capacita e apoia empreendedores para atuar com NIS no Brasil), o SEBRAE, o Yunus Negócios Sociais, a Anprotec (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores), o Sense-Lab (que atua na estruturação de NIS e no apoio às organizações intermediárias), a *Ashoka* Brasil (que atua na formação de redes que ajudam a criar um elo de pessoas, organizações e setores no campo dos empreendimentos sociais), além de incubadoras universitárias, aceleradoras etc. .

No relatório “Retrato dos Pequenos Negócios Inclusivos e de Impacto no Brasil”, realizado em 2017 pelo SEBRAE em parceria

com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), foram mapeadas 857 iniciativas empreendedoras de impacto social, número semelhante ao mapeado, em 2019, pela Pipe.Social, no Mapa de Negócios de Impacto socioambiental. Alguns dados interessantes desse mapa são: as áreas de impacto mais atendidas pelos NIS eram tecnologias verdes, cidadania e educação; 62% dos NIS brasileiros estavam localizados na região sudeste; 43% dos negócios ainda não possuíam faturamento; 76% possuíam como principal fonte de recursos investimento próprio e 81% deles estavam captando recursos no momento. (PIPE, 2019)

Já no estudo realizado pela *Aspen Network of Development Entrepreneurs* (ANDE), em setembro de 2020, US\$ 785 milhões foram investidos entre 2018-2019 por 28 investidores de Impacto no Brasil, onde 28% foram direcionados a empresas do setor de manufatura, 13% para o setor de agricultura e alimentos, 11% para a saúde e o restante distribuído aos demais setores (ANDE, 2020).

Como demonstram os dados supracitados, os NIS apresentam um ritmo acelerado de crescimento e visibilidade no Brasil, abrindo novas possibilidades para reduzir a pobreza e desigualdade no país e também de solucionar outras questões da

¹⁰ Um dos programas do ICE é a Rede Academia, que reúne cerca de 200 professores universitários que lidam com os NIS em ensino, pesquisa e extensão relacionadas com o campo dos NIS e das finanças sociais em todo o Brasil. Mais informações em <http://ice.org.br/programa-academia/>

Agenda 2030 e ligadas aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas, pois são organizações híbridas que apresentam soluções viáveis, inovadoras e inclusivas, com modelos de negócios que primam pela autossuficiência, de modo a depender pouco ou nada de recursos filantrópicos e subsidiados.

REFERÊNCIAS:

ANASTACIO, M. R.; CRUZ FILHO, P. R. A.; MARINS, J. Empreendedorismo Social e Inovação no Contexto Brasileiro: Curitiba. PUCPRESS, 2018.

ANDE. Investimentos de Impacto na América Latina: Tendências 2018 e 2019. ANDE, 2020. Disponível em: https://cdn.ymaws.com/www.andeglobal.org/resource/resmgr/2020_reports_/LatAm_Impact_Investing_PT.pdf Acesso em 22 de fev. de 2021.

BRASIL Secretaria-Geral da Presidência da República. Decreto nº 9.977 de 19 de agosto de 2019. Dispõe sobre a Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto e o Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Decreto/D9977.htm#art13

ENIMPACTO. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/inovacao/enimpacto>. Acesso em 27 de set. de 2020.

PIPE SOCIAL. 2º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental, 2019. Disponível em: <https://www.pipe.social/produtos/mapa2019>. Acesso em 28 de set. de 2020.

SEBRAE Minas Gerais. Inovação SEBRAE. Disponível em: <https://inovacaosebraeminas.com.br/o-que-sao-negocios-sociais-e-como-prosperam/>. Acesso em 27 de setembro de 2020.

SEBRAE. Guia de Bolso de Instituições de Apoio a Negócios de Impacto do Rio de Janeiro: SEBRAE Negócios de Impacto Social, 2017. Disponível em: https://anprotec.org.br/site/wp-content/uploads/2018/03/Guia-de-bolso_atualizado.pdf

SEBRAE. Retrato dos Pequenos Negócios Inclusivos e de Impacto no Brasil, 2017. Disponível em https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/PNUD%20SEBRAE%20Incluir%20_3%20Final.pdf. Acesso em 28 de set. de 2020.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL – ODS

Luciana Nascimento Rosário e Roselenir Floriano

Os NIS buscam não apenas o resultado financeiro, mas sim a geração de valor para todo ecossistema, de forma sustentável e, na grande maioria, através de modelos de negócios inovadores. Dessa maneira, o empreendedor social que se posiciona como NIS é aquele que enxerga as oportunidades de forma ampla e agregadora. Essa capacidade de enxergar as oportunidades para a solução de dores alheias, ancorada por mecanismos inovadores para resolver problemas reais em ambientes altamente incertos, é uma das características centrais dos NIS.

Atualmente, empreendedores do mundo inteiro buscam na Agenda 2030 as principais fragilidades societárias mapeadas pela Organização das Nações Unidas (ONU) para poder orientar seus negócios de acordo com a realidade local de cada um. Há diversos exemplos de NIS no Brasil que se orientam a partir da Agenda 2030. Alline Goulart, gestora de *marketing* da empresa de educação empreendedora Semente, lista em seu *blog*¹¹ vários NIS brasileiros que têm contribuído diretamente para alcançar os objetivos da Agenda 2030, associando

exemplos com cada Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Entre eles podemos citar o Banco Pérola, relacionado ao ODS 1 - Erradicação da Pobreza; SUMÀ, que enfrenta o desafio do ODS 2 - Fome Zero e Agricultura Sustentável; Dr. Consulta, que visa proporcionar saúde e bem-estar do ODS 3 e assim por diante.

Validar um NIS sob a ótica dos ODS ajuda a demonstrar propósito, dar foco ao negócio e facilita a captação de recursos. Cada vez mais os ODS são levados em consideração nas medições de impacto e avaliações de investimentos. É muito comum que a solução de um problema socioambiental local reverbere e gere mais impactos positivos “colaterais” através de outros ODS por consequência. Resultados efetivos que contribuam com um ou mais ODS podem ajudar a alavancar seu negócio. Você já pensou nisso? Seu NIS não precisa ser grande para contribuir com um ODS, mas pode gerar um grande impacto em escala local.

11 <https://blog.sementenegocios.com.br/negocios-de-impacto-social-exemplos/>

PROPÓSITO

Bruna Koerich da Silveira

O propósito é uma motivação pessoal ou coletiva que fundamenta caminhos e escolhas. É algo que se almeja atingir, que mobiliza e motiva todos os dias a exposição de um esforço para se alcançar metas e objetivos.

Este tema é mesmo relevante, ainda mais quando se resgata as três características que identificam e diferenciam os empreendedores sociais dos demais tipos: o propósito social (para o qual a geração de impacto é um eixo norteador), a sustentabilidade econômica (que incluem estratégias ligadas a *blended finance*, diversas possibilidades de fontes de financiamento, reinvestimento do superávit financeiro etc.), e governança participativa ligada a diferentes *stakeholders* (MELLO, 2018).

Assim, o processo de concepção e desenvolvimento dos NIS deve explicitar para todos envolvidos o porquê existencial que justifica endereçar esforços, articulando fins e meios em prol do bem comum, muito além do tradicional enfoque de resultados financeiros. Mostrando assim a importância de se fazer o que realmente move e motiva, alinhando o propósito pessoal com o organizacional e planetário.

É importante salientar que os objetivos de longo prazo, o impacto propriamente dito, devem ser plausíveis de causar mudanças estruturantes positivas na Humanidade, na dinâmica de setores, populações e territórios desassistidos.

Trata-se de alinhar talentos, competências, energias com as necessidades pessoais e do mundo de modo geral.

É mesmo questão peculiar e desafiante associar sangue nos olhos a brilho nos olhos. Isto porque os empreendedores de impacto devem equilibrar seus propósitos, suas causas, de modo a orientar assertivamente o impacto socioambiental positivo de suas ações. Precisam fazer isso também com vontade de crescer e escalar, referência ao sangue nos olhos, termo muito usado no campo do empreendedorismo tradicional quando se fala da sagacidade de buscar ganhos crescentes financeiros.

Logo, tão importante quanto colocar as organizações sociais em curso e de preservar sua manutenção, é mantê-las ativas, longevas e sustentáveis desde o ponto de vista social, econômico e financeiro.

REFERÊNCIAS:

PROPÓSITO. Direção: Kelvin Freitas. São Paulo Social Filmes. Anga Instituto. 2019. (64 minutos) Disponível em: <http://institutoanga.com.br/doc-proposito/>

QUEM SE IMPORTA?

Giany Kelly Altoé Ongaratto e Ruth Espínola Soriano de Mello

O “quê” deste capítulo é abordar a importância de ações culturais em prol dos NIS, em que se destacam as produções audiovisuais como a do filme de Mara Mourão *Who Cares*, traduzido para o português como *Quem se importa?*¹²

A pergunta que dá título ao filme fala diretamente com o campo do empreendedorismo social em que os NIS estão posicionados.

Viu-se que a motivação e o resultado esperado do empreendedor social são quesitos-chave para distingui-lo do empreendedor tradicional e em relação ao empreendedor inovador schumpeteriano.

Logo, os aspectos atitudinais ligados ao empreendedorismo são recorrentes e, não seria diferente no tratamento de sua perspectiva social. Neste sentido, Zahra et al. (2009) argumentam que o empreendedor social tem atributos pessoais mais elevados em relação aos demais empreendedores.

E que atributos elevados estão em jogo quando vemos uma das histórias do filme que retrata um monge budista que treina ratos na Tanzânia para detectar minas terrestres e tuberculose? E o nigeriano que, ao ver que a falta de banheiros

públicos trazia muitas doenças para a população de seu país, criou uma organização que beneficiou diretamente milhares de pessoas ao instalar cerca de quase dois mil banheiros, gerando emprego, renda e riqueza em territórios de extrema pobreza? Além de ser um documentário, o filme apresenta um movimento social que tem inspirado as pessoas a tornarem-se transformadores sociais e que teve como um dos efeitos a criação de um programa de educação que se inicia com a projeção do filme, debates e atuação prática no campo social.

São 93 minutos de catarse inspiracional ao conhecer 18 casos reais de lideranças sociais que têm mudado o “mundo” de muitas pessoas, setores e territórios. Sete países foram os locais das gravações (Brasil, Peru, USA, Canadá, Tanzânia, Suíça e Alemanha), conformando 20 locações em 40 dias de produção.

Alguns casos retratados são de iniciativas mais ligadas ao Terceiro Setor, e alguns têm aderência ao campo dos NIS. Mas, de todo modo, são pessoas que viram e enxergaram problemas e criaram soluções engenhosas e simples, sem deixar de se posicionar criticamente junto ao Estado e outros agentes econômicos locais.

12 Mais informações em <http://www.quemseimporta.com.br/>

Outras obras audiovisuais merecem também destaques, como estas: *Um novo capitalismo*; *Ted Capitalismo Consciente - uma nova Era*; *O menino que descobriu o vento*; *Ilha das Flores*; *Poverty Inc.*; *Humanextended*; *FoodInc*; *Nunca me sonharam*; *Quando sinto que já sei*; *Rainha de Katwe*, dentre outras. Elas ajudam a problematizar mazelas que se reproduzem de modo vicioso a partir das dinâmicas da engrenagem do sistema econômico hegemônico.

REFERÊNCIAS:

ZAHRA, S. A.; GEDAJLOVIC, E.; NEUBAUM, D. O. & SHULMAN, J. M. A Typology of Social Entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 2009. 24(5), 519-532 p..

RELEITURA DA MODELAGEM DE NEGÓCIOS PARA OS NIS

Ana Lucia Viçoso da Cruz Almeida

Por sua natureza híbrida, os NIS trazem um duplo desafio inerente: precisam ser modelados com base em mecanismos de mercado, mas precisam também comprovar sua Teoria de Mudança, aquela que vai mostrar o impacto social e/ou ambiental que se pretende realizar.

Uma das ferramentas mais utilizadas para a modelagem de negócios é o Business Model Generation, vulgo Canvas. Ele tem uma visualização gráfica muito didática e intuitiva, com nove dimensões básicas necessárias para definir o negócio: atividades-chave, parceiros-chave, recursos essenciais, proposta de valor, relacionamento com clientes, clientes/beneficiários, canais de realização da proposta de valor, custos e receitas principais. Quando se trata de NIS, no entanto, o Canvas por si só não dá conta de demonstrar e explicitar de forma completa como o impacto se realiza, além do retorno financeiro.

Por outro lado, temos a Teoria de Mudança, uma metodologia que vem sendo amplamente utilizada na estruturação das mudanças pretendidas por uma iniciativa social, trazendo as seguintes questões essenciais: O que fazemos ou queremos fazer? Quem queremos impactar? O que queremos gerar em

termos de efeitos e em quais momentos? Idealmente, a Teoria de Mudança deve ser construída de forma colaborativa com as partes envolvidas no contexto e com a mudança pretendida, para que reflita as suas necessidades.

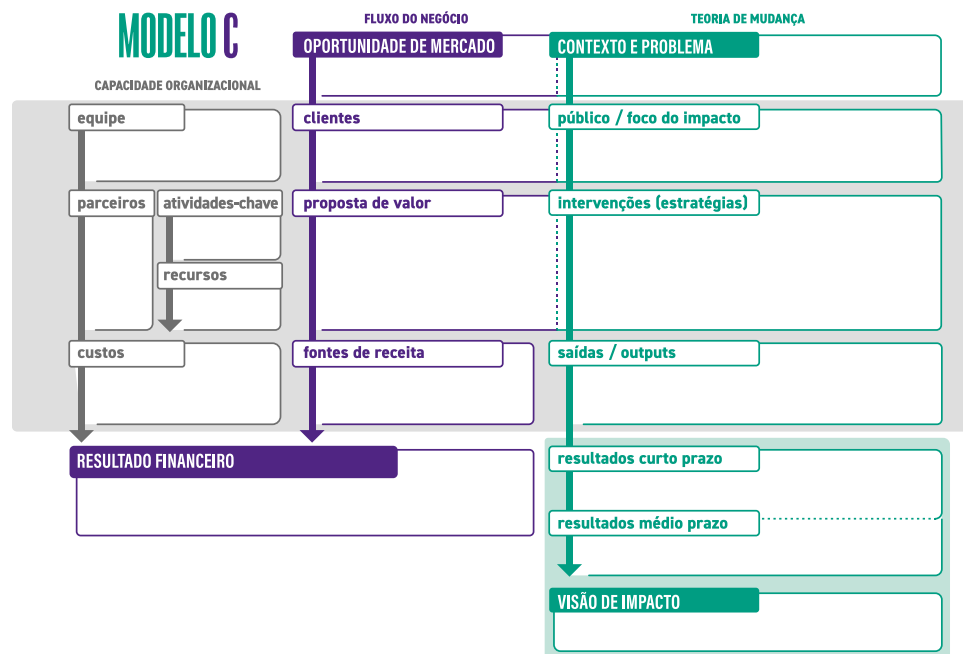
Visando oferecer uma ferramenta que permita uma visão integrada do modelo de negócio com o modelo de impacto, foi desenvolvido o Modelo C, uma abordagem visual criada em parceria com o Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), Move Social, Grupo Fundação Boticário e Sense-Lab

A figura a seguir apresenta o modelo utilizado. No material de referência, Modelo C #Changemodel, pode-se encontrar todas as orientações necessárias para preenchimento e uso do modelo.

Como pode ser visto na imagem ao lado, do Modelo C, as dimensões do Impacto e da Receita são indissociáveis e avaliadas de forma conjunta e integrada, o que faz desta uma ferramenta completa para melhor acolher modelagem de NIS.

REFERÊNCIAS:

CMODEL. Manifesto por um modelo completo. Disponível em www.cmodel.co. Acesso em: 28 set.2020



Fonte: Manifesto por um modelo completo. Disponível em www.cmodel.co.

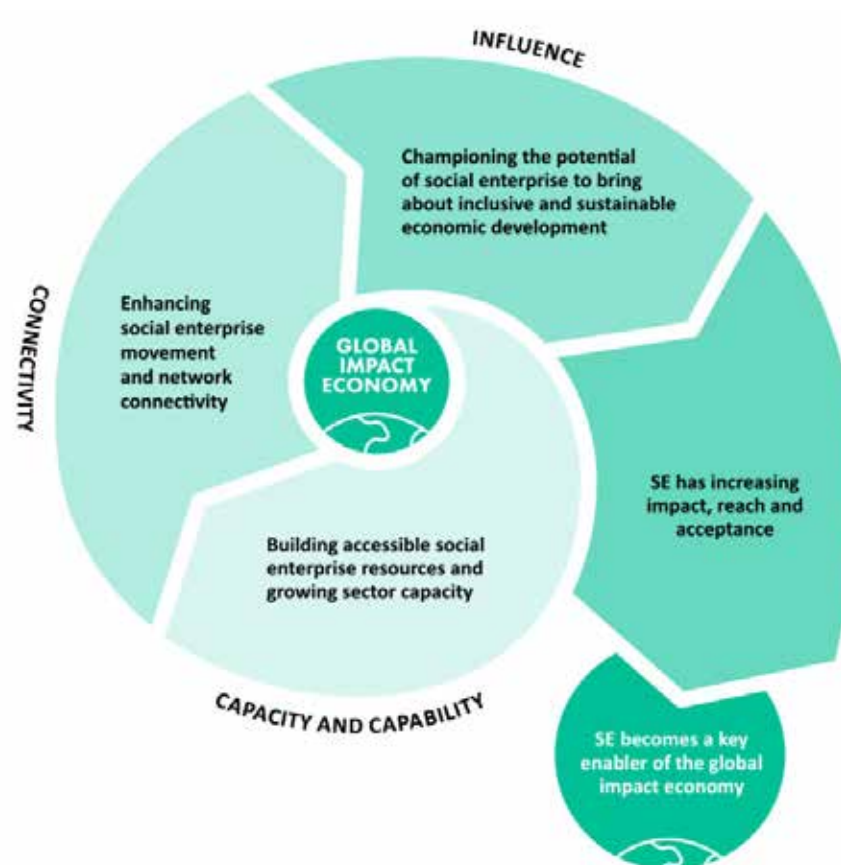
SOCIAL ENTERPRISE WORLD FORUM – SEWF

Eduardo Cavalheiro Moura

O *Social Enterprise World Forum*¹³(SEWF) é uma iniciativa que conecta agentes de mudança e empreendedores sociais de todo o mundo para a construção de uma nova economia que articula e resolve problemas socioambientais. Portanto, é considerado um importante ator do ecossistema global de investimentos e negócios de impacto socioambiental, já que reúne uma diversidade de atores, atividades e eventos sobre a temática.

Existem três visões norteadoras do trabalho desenvolvidas pelo SEWF:

1. Criando uma economia de impacto global – o empreendimento social compõe parte do caminho para construção de um novo e necessário sistema econômico, diante do modelo falido que vem causando desigualdades sociais, problemas ambientais e mudanças climáticas. Para isso, o *Impact Model* (imagem ao lado) descreve as atividades que devem influenciar o desenvolvimento econômico para negócios que resolvam problemas sociais e ambientais.



Fonte: Social Enterprise World Forum. Disponível em: <https://sewfonline.com/home/what-we-do/>

13 Disponível em: <https://sewfonline.com/>

2. Conectando empresas e empreendedores sociais – construção de uma comunidade global de empreendimentos sociais por meio dos eventos e atividades realizados pelo SEWF. Logo, fornecendo direção, liderança e impulso para o movimento global de empresas sociais, consolidando uma comunidade crescente de negócios baseados em valores que abordam os desafios econômicos, sociais e ambientais. O SEWF Digital (2020) e os fóruns e parceiros regionais pertencem a esse eixo de atuação.

3. Capacitação e capacidade – construção e ativação de ecossistemas locais, consolidação de um ecossistema global, desenvolvimento de políticas para o setor e apoio em pesquisas de mapeamento global. O SEWF colabora com atores políticos, líderes do setor e parceiros estratégicos para desenvolver a capacitação e a capacidade que levarão o mundo a um próspero movimento de empresas sociais.

TECNOLOGIA SOCIAL

Ana Clara Aparecida Alves de Souza

Observamos que a perspectiva de tecnologia social (TS) se contrapõe a uma noção de tecnologia convencional que é intensiva em capital, cujo conhecimento técnico e a posse de recursos podem implicar na exclusão humana ou no empobrecimento do trabalho desenvolvido, a exemplo do que pode ser visto na agricultura dita convencional e nos setores de produção manufatureira. A discussão sobre o conceito de tecnologia social aparece muito associada ao guarda-chuva de inovação social (IS). Embora considerando que, na perspectiva de amplas conceituações de inovação social, a tecnologia social possa ser considerada como tal, a recíproca não é, necessariamente, verdadeira.

Um dos autores mais relevantes no Brasil para nosso tema é Dagnino (2014), que prefere distinguir tecnologia social da inovação social por acreditar que o termo “inovação” tem um atrelamento substancial às práticas empresariais. Nesse sentido, o autor também destaca que a tecnologia social não deve ser vista apenas como iniciativas que apresentem soluções para problemas sociais, mas como uma reformulação cognitiva da noção de tecnologia, de modo que os agentes que sejam beneficiados por um modelo de tecnologia social tenham também

o controle do seu desenvolvimento, da sua manutenção e dos processos de atualização dessa tecnologia.

Um exemplo bastante claro de tecnologia social é o desenvolvimento de cisternas de alvenaria em regiões semiáridas. A prática se dá por meio dos saberes combinados e do empoderamento das comunidades na definição de melhor localização e adequação, assim como na construção das cisternas, na sua manutenção e no total controle sobre ajustes necessários, de maneira solidária e coletiva. A tecnologia social não deve ser compreendida apenas como uma solução palpável, mas pode ser compreendida também no âmbito de uma metodologia.

Considerando essa possibilidade, ao analisarmos uma metodologia de formação desenvolvida por um projeto social voltado à formação de jovens empreendedores rurais no sertão do Ceará, Souza e Pozzebon (2020) refletiram sobre as particularidades daquele caso, a partir da perspectiva de TS proposta pelo professor Renato Dagnino, e compreenderam que a tecnologia social pode ser pensada como:

o resultado de um processo político de reconfiguração sociotécnica, através do qual práticas sociais mobilizam métodos e ferramentas desenvolvidas com o objetivo de promover transformações sociais que ajudam a resolver problemas e atender necessidades relacionadas à exclusão e à pobreza (SOUZA; POZZEBON, 2020, p.234).

Essa perspectiva de tecnologia social busca um atrelamento a um pensamento de pesquisadores do sul global, considerando as particularidades contextuais necessárias ao desenvolvimento de uma tecnologia que possibilite solidariedade e emancipação popular. Em diálogo com essa perspectiva da tecnologia social, pode-se associar a noção fundamental de economia solidária, dado que para o desenvolvimento desta, a mobilização de uma tecnologia adequada permite o fortalecimento da essência de uma perspectiva econômica baseada em autogestão e cooperativismo. Associado ao fundamento da noção de tecnologia social, na qual esteve debruçado ao longo de muitos anos, o professor Renato Dagnino desenvolve o conceito de Tecnociência Solidária:

Tecnociência solidária é a decorrência cognitiva da ação de um coletivo de produtores sobre um processo de trabalho que, em função de um contexto socioeconômico (que engendra a propriedade coletiva dos meios de produção) e de um acordo social (que legitima o associativismo), os quais ensejam, no ambiente produtivo, um controle (autogestionário) e uma cooperação (de tipo voluntário e participativo), provoca uma modificação no produto gerado cujo resultado material pode ser apropriado segundo a decisão do coletivo (empreendimento solidário). (DAGNINO, 2020, p.63).

Dessa forma, é possível discorrermos sobre a noção de tecnologia social estabelecendo uma associação clara com a

perspectiva de economia solidária e buscando nos seus elementos a distinção e a aproximação com termos tais como inovação social e empreendedorismo social, entre outros, que têm sido utilizados nas discussões contemporâneas. Ressalta-se que não há um impedimento para que esses termos sejam utilizados em associação, mas é relevante compreender como têm sido propostos e trabalhados na literatura, de maneira que o diálogo estabelecido atente para as suas particularidades de cada concepção.

Pensando em nosso leitor, empreendedor social, apostamos que inserir a tecnologia social em sua iniciativa pode ser algo promissor. Ela já é muito usada e defendida, há tempos, no campo da economia solidária. No entanto, observe que a questão da propriedade intelectual, patente etc. tem que ser bem equacionada, já que as tecnologias sociais surgiram com natureza de código aberto, de inovação aberta.

REFERÊNCIAS:

DAGNINO, Renato. Tecnologia social: contribuições conceituais e metodológicas. Eduepb, 2014.

DAGNINO, Renato. Tecnociência Solidária: um manual estratégico. Marília: Lutas Anticapital, Marília, 2020.

SOUZA, Ana Clara Aparecida Alves de; POZZEBON, Marlei. Práticas e mecanismos de uma tecnologia social: proposição de um modelo a partir de uma experiência no semiárido. Organizações & Sociedade. Salvador, v. 27, n. 93, p. 231-254, jun. 2020. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302020000200231&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 22 dez. 2020. Epub 29-Jun-2020. <https://doi.org/10.1590/1984-9270934>.

UMA NOVA ECONOMIA? UMA NÃO, VÁRIAS!

Jessica Oliveira Soares

O surgimento dos NIS está estreitamente ligado ao advento das novas economias, que configuram práticas, movimentos e iniciativas voltadas para rever a economia dita tradicional, pouco preocupada com questões socioambientais. São exemplos: Comércio Justo, Economia Circular, Colaborativa, Economia Regenerativa, Economia Solidária, Economia *Donut*.

A expressão Nova Economia surgiu no final da década de 1990, buscando elucidar as relações que estavam surgindo com o desenvolvimento da tecnologia da informação. Tudo e todos estamos sob a interferência da revolução digital, das relações comerciais ao nosso modo de pensar e estilo de vida adotado (KELLY, 1998). O Comércio Justo, por exemplo, ilustra bem essas novas relações comerciais baseadas em práticas éticas, como melhores condições comerciais e garantia de direitos a produtores e trabalhadores marginalizados. Vale super a pena conhecer mais os princípios do Comércio Justo.¹⁴

A Economia Solidária, um dos temas da Nova Economia, surgiu na década de 1990 a partir de empreendimentos que operam

de forma associativa, como cooperativas, associações, fóruns, redes, clubes. Os valores que animam essas organizações são, principalmente, a autogestão, a solidariedade e a sustentabilidade. A autogestão garante a participação igualitária de todos os membros para a solução de problemas locais. É a chamada via “sustentável-solidária”, cuja principal premissa é a valorização de soluções endógenas a partir da ideia de que todo local, bairro ou comunidade, por mais pobre que seja, pode ser portador de soluções para os seus próprios problemas (FRANÇA FILHO, 2008).

Já a Economia Circular se preocupa com o descarte do produto após seu uso ou consumo, ou mesmo com o descarte do resíduo de fabricação. Em substituição a uma cadeia produtiva linear que finaliza com o lixo descartado, na Economia Circular a ideia é não ter mais lixo. Neste sentido, propõe práticas empresariais conscientes de reciclagem, reutilização, reuso, redesenho. Inclusive, está diretamente ligada ao processo de *design*, propondo que já no desenvolvimento do produto seja planejado o seu descarte, reciclagem, reuso, logística reversa, cuidando para reduzir ao máximo o impacto negativo ambiental. A Economia Circular é importante para incentivar o comportamento colaborativo entre empresas que passam a compartilhar interesses em comum de produção e colocação no mercado.

¹⁴ Disponível em <http://clac-comerciojusto.org>.

A Economia Colaborativa é outra vertente das novas economias. Também chamada de Economia Compartilhada, diz respeito ao acesso e à circulação de produtos e serviços por meio da troca, aluguel, empréstimos e doações de modo compartilhado, com o intuito de reduzir o desperdício no uso de bens e a diminuição do consumo de modo geral. Um exemplo interessante é o aplicativo “*Tem açúcar?*”, que conecta vizinhos de uma mesma região para o compartilhamento de produtos ou serviços. Estes são anunciados ou solicitados dentro da plataforma para que sejam emprestados, doados, trocados entre os usuários. Assim, bens que estão em desuso por alguém podem ganhar nova utilidade para outra pessoa. Conseguiu perceber que a Economia Colaborativa pode estar entrelaçada na Economia Circular e vice-versa?

A Economia Regenerativa dá um salto nas economias anteriores na medida em que se preocupa em criar e pensar negócios que têm como missão reconstruir o meio ambiente. Assim, além de criar um impacto ambiental positivo também atenuam impactos negativos já existentes. Um excelente exemplo de NIS que opera dentro da lógica da Economia Regenerativa é a empresa Juçaí, localizada no Rio de Janeiro, que produz um sorvete à base do fruto da palmeira juçara, ao mesmo tempo em que atua regenerando a mata atlântica presente na Cidade.

REFERÊNCIAS:

FRANÇA FILHO, G. C. A via sustentável-solidária no desenvolvimento local. *Organizações&Sociedade*, v. 15, n. 45, p. 219-232, ABR/JUN, 2008.

KELLY, Kevin. *New rules for the new economy: 10 radical strategies for a connected world*. Viking Penguin, 1998.

VALE DA MORTE

Denise Barbosa Braga e Natália Maria Lopes Menezes

O início de um NIS traz muitas esperanças, certezas e desafios. Colocar o “bloco na rua” não é simples e muitas vezes não nos permitimos analisar de maneira mais detida variáveis que são inerentes ao negócio sustentável, tais como viabilidade financeira.

Após o primeiro estágio da jornada empreendedora, que é a chamada ideação, em que acontece a concepção e o desenvolvimento da ideia, vem a validação, onde o empreendedor coloca na prática seu plano de negócio realizando testes para sentir a reação do mercado. Nesse momento começam a ser construídos os parâmetros e indicadores que vão balizar o negócio e demonstrar sua viabilidade. Após validar o produto, o empreendedor está no início do Vale da Morte e tem um longo caminho pela frente, que requer estratégia e resiliência para crescer.

O Vale da Morte é o estágio em que cerca de 80% das empresas são extintas. É quando o empreendedor está investindo tempo e dinheiro, porém, ainda não chegou ao *breakeven* (quando as despesas são iguais às receitas) e as demandas são maiores por investimentos para conseguir seguir, mas ainda não é capaz de produzir caixa para ancorar sua necessidade

de crescimento. A maior parte das empresas não se sustenta pelas seguintes razões: falta de clientes, modelo de negócio mal concebido, endividamento, falta de maturidade dos empreendedores, equipe, falta de planejamento ou mesmo de engajamento dos sócios.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cada dez negócios, seis deixam de existir em cinco anos. Uma constatação alarmante que resultou no que se convencionou chamar de Vale da Morte, aterrorizando empreendedores e empreendimentos pela dificuldade de passar por esse estágio. Segundo o ICE, os negócios de impacto também são atingidos por esse momento tão desafiador.

Segundo empreendedores do ecossistema *UberHub*, as maiores dificuldades de um empreendedor, que são mais importantes nessa fase, são nessa ordem: pessoas, desenvolvimento, dinheiro, primeiros clientes, persistência, resiliência, dedicação e foco.

Normalmente, acredita-se que recursos financeiros são o essencial para passar por essa etapa e que ter isso é sinônimo de sucesso. Sim, é importante, mas mais relevante que isso é encontrar o cliente que pagará pelo produto ou serviço, porque sem ele, não há recurso financeiro suficiente para fazer o negócio sobreviver. No caso de *startups* de impacto social, o desafio é ainda maior, pois é preciso entender se o impacto

esperado de fato pode existir. Portanto, é importante buscar quais evidências demonstram esses fatores para seguir com os próximos passos, ou seja, desenvolver um senso de priorização, capacidade de foco e criação de indicadores de evolução que acompanhem o empreendimento ao longo da jornada.

Segundo Carlos Humberto, da *Diáspora.Black*¹⁵, o Vale da Morte é muito desafiador. O dinheiro inicial acabou, você viu que seu serviço vende, mas não o bastante para sustentar a operação. Então, o negócio começa a decrescer. Mas o que é utilizado para validar a sua saída do Vale? Você precisa realmente ter um negócio que seja vendável, ter sido validado, perceber a perspectiva de crescimento dentro do mercado e construir estratégias para seu negócio voltar a crescer. Se depois de um período, que pode ser de um mês a dois anos, após as vendas aos clientes iniciais (família, amigos e simpatizantes com a causa), estes não efetuam novas compras, nem se obteve novos clientes, e mesmo assim, o empreendedor continua insistindo pelo seu empenho, recusando-se a perceber que seu negócio não tem uma aderência no mercado, isto indica que você tem desafios com a sua solução. Ou seja,

o problema não está nem na tração do negócio, o problema está na própria solução.

Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2018), o Brasil, junto com outros países da América Latina, é um dos principais mercados com potencial de ascensão no investimento de impacto. No entanto, a capacidade dos empreendimentos brasileiros de responderem aos indicadores de resultado sociais e financeiros é um entrave no acesso a investimentos. De acordo com o mapeamento, 31% ainda não tinham definidos os indicadores de impacto para medição e 28% não tinham considerado necessário monitorar seu impacto.

Esse levantamento ratifica a importância dos indicadores, parâmetros e medições para o sucesso de um negócio, principalmente de impacto, demonstrando que o dinheiro é uma consequência para um negócio bem fundamentado e estruturado ter sucesso, conseguindo ultrapassar o Vale da Morte e evoluir.

15 Plataforma de acomodações compartilhadas e serviços de turismo voltado para a cultura negra

REFERÊNCIAS:

BRAGA, Rafael A Travessia do Vale da Morte. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/noticias/todas-noticias/5995-a-travessia-do-vale-da-morte>. Acesso em: 30 de set. de 2020.

CAPIOTI, Thomas O vale da Morte das Startups. Disponível em: <https://medium.com/@thomascapiotti/o-vale-da-morte-das-startups-474a4dd24407> Acesso em: 30 de set. de 2020.

GORINI, Marco Vale da Morte: ingredientes para avançarmos na jornada empreendedora. Disponível em: <https://aupa.com.br/vale-da-morte-ingredientes-para-avancarmos-na-jornada-empreendedora/> Acesso em 30 de set, de 2020.

ICE. - INSTITUTO DE CIDADANIA EMPRESARIAL Negócios de impacto socioambiental no Brasil - Como empreender, financiar e apoiar. Brasil, 2019.

PNUD - PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. Mapeamento de avaliação em finanças sociais e negócios de impacto. São Paulo, Brasil, 2018.

SEBRAE/RJ. Guia sobre oferta de capital para negócios de impacto social. Brasil, 2016.

VIANA, Roberto Como vencer o Vale da Morte das Startups Disponível em: <https://saasholic.com/como-vencer-o-vale-da-morta-das-startups-855f3002f8d4> Acesso em 30 de set. de 2020.

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION – WFTO

Jurema Salles Fonseca

A *World Fair Trade Organization (WFTO)* é a Comunidade Global de Empresas de Comércio Justo.¹⁶ Seus membros são empresas sociais e estão presentes em 76 países. Para ser membro da WFTO, uma empresa ou organização tem de atender a critérios estabelecidos pela organização, onde uma premissa relevante é demonstrar que coloca as pessoas e o planeta em primeiro lugar em tudo o que faz. Já são mais de 1.000 empresas sociais e 1.500 lojas integrantes, tendo todas elas participação na administração da WFTO, dando caráter democrático às decisões.

As empresas de Comércio Justo nasceram com o propósito de transformar comunidades locais. Podemos citar como resultado o impacto em um milhão de meios de subsistência, dos quais 74% são de mulheres. A expectativa é de que a transformação proposta por esse movimento seja cada vez mais diversificada e, conseqüentemente, tenha resultados ainda mais significativos. Afinal, as empresas da WFTO foram pioneiras na reciclagem; capacitam mulheres; defendem os direitos dos refugiados;

¹⁶ <https://wfto.com/who-we-are>

praticam agricultura orgânica; se apoiam e trocam entre si; produzem e comercializam, fazendo campanhas e educando para um mundo melhor.

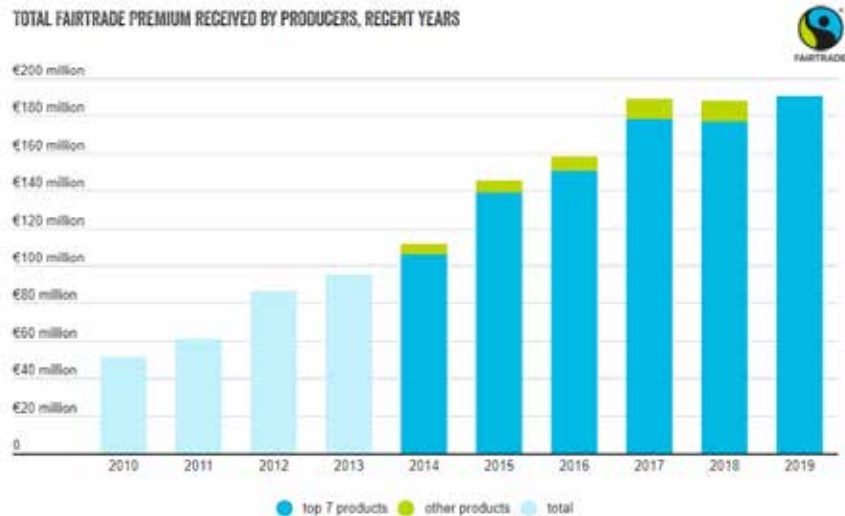
A *Fairtrade International*¹⁷ é uma associação sem fins lucrativos que trabalha para compartilhar os benefícios do comércio de forma mais igualitária por meio de padrões, certificação, apoio ao produtor, programas e defesa. Segundo dados dessa instituição, não apenas o número de organizações de produtores certificadas pelo Comércio Justo vem crescendo. Os dados sugerem que os consumidores se preocupam com justiça e sustentabilidade e estão comprando mais *fairtrade* a cada ano, conforme os gráficos a seguir:

TOTAL FAIRTRADE PRODUCER ORGANIZATIONS, RECENT YEARS



Fonte: Fairtrade International. Disponível em: <https://infogram.com/1pyg36gz911pz0a39w9y1mp1xla10I59rr>

TOTAL FAIRTRADE PREMIUM RECEIVED BY PRODUCERS, RECENT YEARS



Fonte: Fairtrade International. Disponível em: <https://infogram.com/1p2x39wyr0edwva09mjz1mp6qktrq9vzy6e>

17 Disponível em: <https://www.fairtrade.net>

X DA QUESTÃO: PRA NÃO DEIXAR DE FALAR DAS ONGS

Hélder de Medeiros

As organizações não governamentais (ONGs), ou as organizações da sociedade civil (OSC), são entidades de interesse social que apresentam como característica em comum a ausência de lucro e o atendimento de fins públicos e sociais. Isso significa que a organização não tem o lucro de suas operações distribuído entre os associados.

Uma ONG pode gerar caixa, contratar funcionários, vender produtos e serviços. A diferença é que esse tipo de constituição contábil não permite que ela distribua os lucros, o que faz com que todo faturamento gerado pela empresa tenha que ser reinvestido na própria organização, aumentando o número de pessoas impactadas pela sua atuação, por exemplo. A diretoria estatutária de uma ONG, diferentemente de uma empresa tradicional, não pode ser paga e deve trabalhar de forma voluntária.

Características: não tem fins lucrativos; oferecem serviços gratuitos para o seu público-alvo; dependem de apoio, parcerias, cooperação internacional e financiamentos externos; tem imunidade e isenção fiscal.

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

A categorização como NIS apenas reconhece o conjunto de características existentes em um empreendimento para 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.

Um negócio de impacto deve apresentar determinadas características: a organização deve estar orientada a um propósito socioambiental, sendo essa vertente mais importante que a busca por lucro; os indicadores de resultados de impacto positivos têm que estar explícitos e almejados; a autonomia financeira (não dependência de capital filantrópico ou subsidiado) deve ser superior a 50% da receita da organização; a governança é abrangente e envolve clientes, investidores

e setores e comunidades afetadas, não apenas de natureza consultiva, mas sempre que possível, deliberativa.

As organizações civis (situadas historicamente no Terceiro Setor) têm um papel sobremaneira valoroso por diversos aspectos que fazem delas parte inseparável do debate e do *ethos* democrático dos países. Dentre eles, destacamos por sua semelhança com a atuação dos negócios de impacto social: o caráter demonstrativo no campo da transformação social que suas práticas ensejam em nível de implementação, em geral, micro e meso, considerando a capacidade de maior capilaridade das ONGs comparativamente ao Estado e às empresas. Logo, elas atuam, geralmente, próximas às pessoas, aos territórios, à vida real. Com isso, apoiam o Estado e ações de responsabilidade social empresarial na formulação (e implementação) de políticas de escala que levam em consideração os seus resultados (MELLO, 2018).

De fato, o caráter demonstrativo das OSCs e dos NIS não é um tema qualquer, já que detém perspectiva potencialmente controlada para estudos de medição de impacto que projetam intervenção positiva em temáticas historicamente caras à Humanidade, tais como as problemáticas que estão endereçadas para enfrentar a fragilidade da efetivação de direitos civis e sociais de nossa população; a desigualdade de gênero, raça e etnia; o baixo nível de participação social na esfera pública;

o alto nível de desemprego; a má qualidade dos serviços de saúde e saúde; dentre outros (MELLO, 2018).

"Assim, com essas definições acima podemos observar que ONGs, OSCs e NIS caminham juntas, pois enquanto ONGs não buscam lucro, os NIS buscam caminhos para se autossustentar, sendo que todos buscam gerar impactos importantes na vida das pessoas que mais precisam ao mesmo tempo em que buscam iniciativas que tragam melhorias para o meio ambiente. Ambos conformam um campo complementar com muita importância em nível mundial."

REFERÊNCIAS:

MELLO, Ruth Espínola Soriano de. Incubadoras Universitárias de Negócios de Impacto Social: Origens, Diferenças e Desafios. Carvalho, Ricardo (Orient.). Tese (doutorado) – PUC-Rio, Departamento de Ciências Sociais, 2018. Disponível em: http://www.cis.puc-rio.br/assets/pdf/PDF_CIS_1544194524_Ruth_Esp%C3%ADnola_Soriano_de_Mello_-_2018.pdf. Acesso em 20 dez. de 2020.

YUNUS E O SEU LEGADO PARA OS NIS

Jessica Oliveira Soares

Muhammad Yunus era professor e chefe do departamento de economia da Universidade de Chittagong, em Bangladesh, quando, em 1974, presenciou um período de terrível fome que abateu o país, causando a morte de milhares de pessoas que não tinham um punhado de comida para sobreviver.

Percebeu, então, que seus ensinamentos em sala de aula deveriam transpor os muros universitários e contribuir para os problemas econômicos da vida real, daqueles pobres habitantes da aldeia de Jobra, localizada no entorno da Universidade.

Esse é o contexto de criação do *Grameen Bank*, ou, em português, Banco da Aldeia. Inicialmente, Yunus e sua equipe ofertaram algo em torno de 27 dólares a um grupo de 42 pequenos artesãos e agricultores – em sua maioria mulheres – da cidade de Jobra. Eram famílias extremamente miseráveis e reféns do sistema financeiro de agiotagem com juros abusivos em Bangladesh, o que demonstrava que essas pessoas, apesar da condição socioeconômica de grande carência, tinham vida financeira ativa.

Conhecido como o banqueiro dos pobres, Yunus cunhou o termo microfinanças solidárias, inspirando diversas outras

experiências de empréstimos aos mais pobres em todo o mundo. Em 2006, ganhou o prêmio Nobel da Paz por seu trabalho no *Grameen Bank* ter contribuído para a redução da pobreza de milhares de pessoas rejeitadas pelas instituições financeiras tradicionais.

Com isso, abriu as portas para o que hoje chamamos de NIS no mundo, fortalecendo a atuação e resultados de organizações híbridas. Yunus posiciona-se de modo bem radical quanto à divisão de lucros e dividendos. No seu entendimento, os Negócios de Impacto Social possuem a única missão de resolver um problema social ao mesmo tempo em que garante sua sustentabilidade financeira, sem, contudo, distribuir seus lucros e, sim, reinvesti-los para ampliação e melhorias no negócio. Isso porque os NIS devem ser identificados por seus fins, por seus propósitos e não pela riqueza gerada ao investidor.

Inúmeros NIS se posicionam como Modelo Yunus, tais como: Insolar, Moradigna, Saladorama, Assobio, etc. Um caso emblemático internacional que destacamos para você é a *Danone-Grameen*, que fez com que milhares de crianças de Bangladesh tivessem em sua dieta os principais nutrientes para seu desenvolvimento. Esse NIS nasceu em 2006, fruto de uma parceria entre a Danone e a Yunus Negócios Sociais, a *holding* internacional fundada por Muhammad Yunus.

No Brasil, Yunus trabalha com primor, inclusive ‘cutucando’ empresas multinacionais como Ambev (assim como a multinacional francesa Danone) a repensarem seus produtos e cadeias de produção.

Yunus é mesmo inspiração!

REFERÊNCIAS:

YUNUS, M. O banqueiro dos pobres. São Paulo. Ática, 2000.

ZELANDO PELA EQUIDADE SOCIAL

Kássia Gomes da Matta

Os NIS se diferem dos negócios tradicionais exatamente pelo compromisso que estabelecem com seu impacto. Muitas das iniciativas que surgem nesse campo têm o intuito de diminuir a desigualdade existente entre as classes estabelecidas nas sociedades. A falta de acesso a recursos básicos como saúde, educação, moradia, alimentação e locomoção levam determinados grupos ao que chamamos de vulnerabilidade socioeconômica. Então, para empreender no campo dos NIS é necessário ter um conhecimento aprofundado sobre o problema social que se deseja impactar.

A Agenda 2030 se destaca como o plano de ação mais abrangente dos problemas sociais globais na atualidade, isso porque foi redigido a partir da colaboração de 193 países participantes da ONU.¹⁸ Dentre os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) levantados na Agenda, muitos são direcionados para a solução dos problemas relacionados à vulnerabilidade socioeconômica. Alguns exemplos são: a erradicação da pobreza, acesso à água potável e saneamento, redução das desigualdades. No caso do Brasil, segundo o IBGE (Instituto

18 Disponível em: http://www.agenda2030.org.br/os_ods/

Brasileiro de Geografia e Estatística), os índices mais importantes para uma análise do cenário brasileiro são: educação, proteção social, inserção no mercado de trabalho, moradia adequada, saneamento básico e internet.

Após entender o panorama social do seu local de atuação, o objetivo de um NIS deve ser procurar soluções efetivas para os problemas detectados. Para tal, é importante conhecer um termo que vem ganhando espaço nas discussões em prol das mudanças sociais: a equidade. Aqui, partimos do princípio de que, na prática, não somos todos iguais. Essa é uma parte importante para a elaboração de iniciativas mais eficazes na busca da equiparidade social. As estatísticas não mentem quando revelam o acesso desigual a direitos básicos entre as classes/castas mais altas e mais baixas das sociedades, sobretudo as ocidentalizadas. Portanto, as iniciativas públicas e privadas devem sempre convergir em direção à distribuição mais igualitária de renda e à garantia dos direitos básicos a todos. Não apenas realizando uma pequena cota de “bondade social” com fins de *marketing* de marca, mas sim realizando as mudanças estruturais necessárias para trazer a equidade para dentro de suas empresas e para as comunidades e nações em que atuam.

Nesse cenário de uma pujante necessidade por novas formas de se fazer negócios, surgem as novas economias. O ambiente

global de seu surgimento é caracterizado pela competitividade, sustentabilidade, inovação, foco no mercado e uma forte cultura empreendedora. Esse ambiente é propício para formação de novas empresas, mercados e cadeias de produção. Quando as organizações atentam aos pilares da nova economia e começam a aderir às diversas formas de produzir impacto com suas ações, estão na verdade agregando valor ao seu produto ou serviço frente ao consumidor consciente. Esse é um nicho de mercado que vem crescendo e se tornando uma tendência mundial na busca pelo chamado capitalismo consciente.

No que diz respeito aos Negócios de Impacto Socioambiental, o grande diferencial é a criação de modelos de negócios e tecnologias sociais realmente efetivos na geração de impacto. Portanto, para empreender um NIS, é primordial que haja a criação de indicadores de desempenho que comprovem o cumprimento das métricas de impacto propostas inicialmente. E essas informações devem ser comunicadas periodicamente para todos os *stakeholders* (públicos impactados pelo negócio), a fim de explicitar seus objetivos e trazer com transparência os resultados e impactos alcançados. Diante da apresentação desses agentes, que são os norteadores das novas economias, reiteramos a necessidade de buscar formas de tornar mais justas as relações estabelecidas em nossa sociedade. Zelar pela equidade é caminhar rumo à superação dos nossos abismos sociais.

REFERÊNCIAS:

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA Síntese de Indicadores Sociais. Uma análise das condições de vida da população brasileira 2019 <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101678.pdf>

XONGANI, Ana Paula. Vídeo 5:52 minutos. EQUIDADE, ESSA MARAVILHOSA 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Htq2XFALdRM>





Curso Negócios de Impacto Socioambiental (NIS)
cursospucrio.wixsite.com/cursonis