

NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL N I S



PUCRS

IDEAR

ICE INOVAÇÃO
EM CIDADANIA
EMPRESARIAL

SUMÁRIO

01 APRESENTAÇÃO

02 POR QUE FALAR DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL?

04 O QUE SÃO NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL?

06 QUAIS AS ESPECIFICIDADES DOS NIS?

08 MODELAGEM DE NIS: O MODELO G

10 ECOSSISTEMA DE IMPACTO NO BRASIL

14 CONTEÚDO EXTRA

APRESENTAÇÃO

Muito já sabemos sobre os imensos desafios sociais e ambientais do planeta e enfrentá-los passa por transcender os modelos vigentes de concepção dos negócios em busca de uma nova economia.

Precisamos aprofundar nossa capacidade de criar modelos inovadores e escaláveis que respondam à busca por um equilíbrio sustentável de forma sistêmica frente às questões de desigualdade econômica, social e ambiental que vivemos. Os negócios de impacto, que possuem um componente de inovação capaz de provocar impacto socioambiental positivo em suas comunidades ou áreas temáticas, aliados a ecossistemas conectados, robustos e fortalecidos, são capazes de trilhar o caminho de ressignificar a forma como fazemos e

pensamos o sucesso da economia. Eles surgiram no começo dos anos 2000, quando o governo do Reino Unido fez uma convocação aos gestores do mercado financeiro para que atraíssem capital privado que financiasse soluções inovadoras na solução de problemas socioambientais. A ideia foi somar esse valor aos recursos governamentais, filantrópicos, de investimento social privado e dos organismos internacionais para fortalecimento dessa prática.

Outro marco fundamental foi o desenvolvimento do microcrédito e a criação do Grameen Bank, pelo prêmio Nobel da Paz Muhammad Yunus. Já no Brasil, foi criada em 2017 a ENIMPACTO - Estratégia Nacional de Investimento e Negócio de Impacto, que objetiva **promover um ambiente favorável ao desenvolvimento de investimentos e negócios de impacto.**

Esta cartilha traz os grandes conceitos de negócios de impacto socioambiental de **uma forma objetiva e simplificada**, com o objetivo de **facilitar a disseminação e formação nessa temática.** Preparar a próxima geração para que seja **capaz de transformar desafios em oportunidades** é um desafio. Ao adotar e ensinar os princípios dos negócios de impacto, os educadores desempenham um papel vital na construção de um futuro mais sustentável e equitativo. Esperamos que esse conteúdo seja útil e prático para uma nova abordagem em sala de aula no tema de impacto positivo.

Agradecemos por se juntarem a nós nesta jornada educacional transformadora.

Boa leitura!



POR QUE FALAR DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL?

ENTRE GANHAR DINHEIRO E MUDAR O MUNDO, FICAMOS COM OS DOIS.

Essa frase, bastante utilizada quando se fala em Negócios de Impacto, sintetiza bem a realidade: o mundo tem inúmeros desafios sociais e ambientais, mas os negócios — e as pessoas empreendedoras —, para subsistir, precisam ser sustentáveis também economicamente.

De um lado temos problemas de saúde, educação, habitação, energia, saneamento e tantos outros que precisam ser resolvidos. De outro, a realidade dos insuficientes recursos direcionados para resolvê-los, seja de governos, investimento social privado, os organismos multilaterais ou de filantropia.

DESAFIOS PELO TRAJETO!

Em dez países selecionados, o Brasil ficava somente atrás da Rússia em termos de concentração de renda. No Japão, que ocupava o décimo lugar na lista, a riqueza detida pelo 1% mais rico era de 18% do total da riqueza nacional.

Em 2021, a fatia que correspondia a 1% da população mais rica do Brasil detinha quase a metade da riqueza nacional (49,6%).

Em 2019, aproximadamente um terço dos jovens estava fora da escola ou ainda no ensino médio.

4,3 milhões de estudantes brasileiros entraram na pandemia sem acesso à internet.

Apenas 55% da população brasileira é atendida com coleta de esgoto, e somente metade desse esgoto é tratado no país.

Os 10% mais ricos do mundo são responsáveis por quase metade das emissões globais de carbono e 1% dos principais emissores são responsáveis por mais emissões do que a metade da população mundial.

FONTES:

Global Wealth Report - Banco Credit Suisse. Disponível em: <https://www.credit-suisse.com/about-us/en/reports-research/global-wealth-report.html/5> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios realizada pelo IBGE em 2019. Disponível em: <https://fundacaalemann.br/noticias/como-esta-a-nossa-educacao-basica> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios realizada pelo IBGE em 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2021/04/segundo-ibge-43-milhoes-de-estudantes-brasileiros-entraram-na-pandemia-sem-acesso-a-internet.shtml> Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento (SNIS) - 2020. Disponível em: <https://www.snis.gov.br/> Wid World. Disponível em: <https://wid.world/wp-content/uploads/2023/01/CBV2023-ClimatelinequalityReport-3.pdf>

SAIBA MAIS

Confira na íntegra o decreto 11.646 que instituiu a Estratégia Nacional de Economia de Impacto e o Comitê de Economia de Impacto.



Clique Aqui para acessar ou escaneie o QR Code acima.

POR QUE FALAR DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL?

Nesse contexto a Inovação Social surge como uma forma de fazer frente a esses desafios. Ela é definida como ações, medidas ou políticas que levam a mudanças sociais e transformam as relações que estão nas raízes dos problemas sociais, sempre buscando o desenvolvimento local (Silva, 2023)¹.

Ou seja: para além do 'O QUE', que é resolver problemas sociais e/ou ambientais, a inovação social trata do 'COMO' fazer isso, devendo ser de forma coletiva, envolvendo os movimentos sociais oriundos das pessoas a serem atendidas e, ainda, o 'PORQUÊ', que passa pelo desenvolvimento social e autonomia do público-alvo. Inovação Social pode ser visto como um grande guarda-chuva para soluções transformadoras.

Voltando à pergunta inicial:

POR QUE PRECISAMOS FALAR DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL?

Para além dos claros desafios existentes no planeta, as novas gerações estão cada vez mais preocupadas com a solução dos mesmos e buscando um alinhamento dos seus valores com os das organizações. Trabalhar por e com propósito para melhorar o mundo é um dos principais objetivos da geração Z, de acordo com diversas pesquisas, e é possível perceber isso nas escutas em salas de aula.

Dessa forma, e considerando o sistema econômico predominante, onde as empresas são o motor da economia, não é possível mudar o mundo sem sua participação. Então, **PERCEBE-SE A NECESSIDADE DE QUE OS NEGÓCIOS SE ENGAJEM E SEJAM PROTAGONISTAS DAS SOLUÇÕES DE QUE O MUNDO PRECISA. E É ASSIM QUE SURGEM OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL. OS NIS. CUJO CONCEITO SERÁ APRESENTADO NO PRÓXIMO CAPÍTULO.**

E por isso, como formadores desses jovens em um contexto desafiador, é fundamental que os educadores estejam capacitados para mostrar as alternativas existentes para apoiar uma construção de carreira alinhada com a realidade.

É PRECISO CONHECER, FALAR E EDUCAR SOBRE NEGÓCIOS DE IMPACTO.

¹ SILVA, João Severo da. Inovação social emancipatória na proposição de uma Tecnologia Social para empreendedores de baixa renda. Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Administração, PUCRS, 2023.

O QUE SÃO NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL?*

*também conhecidos pela sigla NIS

Para que um negócio possa ser considerado um NIS,

EXISTE UM CONJUNTO DE CRITÉRIOS QUE DEVEM SER ATENDIDOS,

conforme apresentado no fluxograma.



*também conhecidos pela sigla NIS

O QUE SÃO NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL?*

ASSIM, É NECESSÁRIO REALIZAR AS SEGUINTE PERGUNTAS:

1 INTENCIONALIDADE

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

Muitos negócios podem ter impacto positivo, mas, para ser um NIS, é fundamental que a intencionalidade de resolver um problema social e/ou ambiental se encontre de forma explícita na estratégia do negócio.

2 CENTRALIDADE DO IMPACTO

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

Muitos negócios têm ações pontuais de impacto positivo ou de responsabilidade socioambiental, mas elas não são o cerne do negócio. Outra questão importante para a diferenciação é que o fato do negócio atuar em setores que têm demandas de impacto, como saúde e educação, por exemplo, não garante que ele seja de impacto. É preciso, sempre, que a solução efetivamente provoque uma transformação na vida das pessoas ou do planeta em relação ao desafio existente.

3 RETORNO FINANCEIRO

O negócio de impacto—qualquer que seja sua forma jurídica—opera na lógica de mercado, ou seja, tem um modelo de negócio que objetiva gerar receita própria por meio da venda de produtos e/ou serviços?

Um negócio de impacto deve operar por meio da lógica de mercado, ou seja, gerando receita própria por meio da venda de produtos e/ou serviços. Independentemente de seu formato jurídico, ele deve buscar retorno financeiro e não depender de subsídios ou doações, ainda que possa recebê-los em diferentes etapas de sua jornada como ajudas pontuais. Muitos empreendimentos sociais e ONGs, por exemplo, têm impacto social positivo, porém não se sustentam na lógica de mercado, dependendo de ajuda externa para a manutenção de suas atividades e, conseqüentemente, do impacto gerado.

4 MONITORAMENTO DO IMPACTO

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

Os negócios de impacto devem ter acompanhamento contínuo do impacto gerado. Para tal, precisam ter clareza da transformação que pretendem gerar e indicadores capazes de medir esse impacto.

AQUI ESTÃO ALGUNS EXEMPLOS DE NIS:

gingo A daGinga deixa clara sua **intencionalidade** de facilitar a compra de produtos locais, dar opções e comodidade aos usuários que podem a partir de uma única plataforma conhecer e comprar produtos, alimentos e até mesmo serviços próximos a ele, com base em sua geolocalização, trazendo comodidade ao consumidor, variedade de opções, em paralelo à visibilidade ao empreendedor e o fomento da economia local.

Acesse aqui: <https://institucional.daginga.com.br/>

VIVENDA A Vivenda possui **centralidade de impacto** em seu negócio, já que sua missão de estruturar o Mercado de Reformas Habitacionais nas periferias do Brasil. É uma plataforma que cria soluções para que todos os atores da cadeia de reforma - sejam eles os próprios moradores, profissionais da construção civil, fornecedores de materiais, ou financiadores públicos e privados - possam operar de maneira segura, simples e transparente, contribuindo para que mais famílias possam morar bem, e viver melhor.

Acesse aqui: <https://www.vivenda.io/>

4YOU2 A 4YOU2 é um negócio que tem por missão democratizar o ensino de inglês, atuando especialmente em periferias do Brasil. A partir da convicção de que o domínio da língua capacita as pessoas para melhores oportunidades de trabalho, mas focando na sustentabilidade econômica, estruturou sua operação com base em um modelo de baixo custo, possibilitando mensalidades mais acessíveis e um **retorno financeiro** consistente.

Acesse aqui: <https://4you2idiomas.com.br/>

REVOADA A Revoada é uma marca de moda sustentável que atualmente trabalha com brindes corporativos e consultoria de design para a sustentabilidade. Iniciou em 2013 desenvolvendo roupas e acessórios a partir de tecido de guarda-chuvas e câmara de pneus descartados e, desde então, realiza o **monitoramento do seu impacto** anualmente.

Acesse aqui: <https://www.revoada.com.br/>

QUAIS AS ESPECIFICIDADES DO NIS

O PERFIL DO(A) EMPREENDEDOR(A)

não existe um perfil específico de empreendedor e qualquer pessoa pode desenvolver um NIS. No entanto, existem diferentes perfis de empreendedores desenvolvendo negócios de impacto. É comum associar o fato de ser um empreendedor de periferia a ter um NIS, mas existem muitos desses empreendedores cujos negócios não são especificamente para resolver problemas sociais e/ou ambientais.

A PESSOA BENEFICIÁRIA DIRETA/CLIENTE

o fato de o negócio ser voltado para a base da pirâmide não caracteriza que o empreendimento seja um NIS. Aliás, há muitos negócios convencionais querendo aproveitar as oportunidades que existem nesses mercados da base e não necessariamente têm compromisso com a transformação da realidade social, como é o caso dos NIS.



PROGRAMAS CORPORATIVOS DE IMPACTO

o fato de uma empresa ter uma área dedicada à sustentabilidade ou ao impacto não significa que ela seja um NIS. Muitas empresas têm pessoas e/ou áreas responsáveis por esses temas, seja o mais tradicional Responsabilidade Social Corporativa ou o mais atual ESG, mas isso não significa que ela é um NIS. Isso apenas caracteriza empresas convencionais que estão desenvolvendo ações no campo do impacto, muitas vezes por uma demanda de mercado e não necessariamente por missão ou propósito.

O SETOR DE ATUAÇÃO

o fato de o negócio atuar no setor de saúde, alimentação ou educação não o caracteriza como NIS. Existem muitos negócios que atuam nesses setores e seu objetivo não é resolver o problema da fome ou da educação, mas simplesmente aproveitar oportunidades e ter lucro.

A partir dos critérios definidos anteriormente, podemos verificar se um negócio se enquadra como um NIS. Porém, vamos deixar mais claro explorando algumas características sobre o que não define um NIS.

Logo, o que define um NIS são os quatro critérios definidos nas páginas 4 e 5. E, além de cumprir os critérios,

OS NIS DEVEM ASSUMIR QUATRO COMPROMISSOS

Compromisso 1
clareza sobre o problema socioambiental que o negócio pretende solucionar/ atuar e relevância da solução para endereçá-lo.



O entendimento do **PROBLEMA** e da **SOLUÇÃO**

Compromisso 2
aprimoramento da solução ofertada para busca de rentabilidade financeira e de crescimento.



A efetividade do **MODELO DE NEGÓCIO**



A efetividade da **GOVERNANÇA**

Compromisso 4
consistência nas práticas de gestão e relacionamento com stakeholders.



A efetividade do **IMPACTO GERADO**

Compromisso 3
mensuração para ajuste da estratégia interna e busca da escalabilidade do impacto.



QUAIS AS ESPECIFICIDADES DO NIS

MODELAGEM DE NIS: O MODELO C

Cada vez mais—ainda bem! —chega-se à conclusão de que todos os negócios, independentes da sua natureza, razão social ou setor de atuação, devem ter impacto positivo. O próprio conceito de sustentabilidade atualmente está bem definido pelas suas três dimensões: econômica, social e ambiental.

08

09

O **MODELO C** é uma ferramenta que propõe uma lógica onde a capacidade organizacional e o fluxo do negócio dão suporte a uma intervenção que deve gerar transformações sociais e/ou ambientais. Nesse sentido, a oferta de produtos que atende a uma demanda de mercado e a tese de impacto do negócio estão integrados na modelagem.

Abaixo é possível visualizar a ferramenta, seus componentes e as perguntas que devem ser respondidas em cada componente do modelo.

MODELAGEM DE NIS: O MODELO C

SAIBA MAIS

Conheça mais sobre o Business Model Canvas (BMC). Clique Aqui ou escaneie o QR CODE.



SAIBA MAIS

Conheça mais sobre a Teoria da Mudança. Clique Aqui ou escaneie o QR CODE.



A ferramenta mais frequentemente utilizada nas Escolas de Negócio para modelar um negócio é o **BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)**, que talvez você já conheça. Ocorre que falta à ela a visão — e a garantia — de uma modelagem que foque na solução de problemas sociais e ambientais, que é o caso dos NIS. E é isso o que traz a **TEORIA DA MUDANÇA**, muito utilizada no campo social.

No caso dos NIS, pelas suas especificidades, a modelagem é mais frequentemente realizada utilizando o Modelo C, desenvolvido em uma parceria entre ICE, MOVE, Sense-Lab e Fundação Grupo Boticário, que busca integrar a visão da Teoria da Mudança, de resolver um problema social e/ou ambiental, com a modelagem de negócios tradicional, representada pelo BMC, focado na viabilidade de mercado e operação.

MODELO C

CAPACIDADE ORGANIZACIONAL

Equipe

Quem irá fazer parte do empreendimento? Qual o nível de engajamento e alinhamento da equipe interna ao propósito do negócio? Quais seus papéis e talentos?

Parceiros

Quem são nossos principais parceiros? Que papel terão? Quem são nossos "cooperadores", ou negócios com propostas semelhantes, que poderiam se tornar parceiros para alavancar o nosso potencial de impacto? Quem são nossos fornecedores?

Atividades-chave

Quais são as principais atividades a ser executadas pelo negócio? Quais as ações necessárias para que a proposta de valor seja entregue e a intervenção possa ser realizada?

Recursos

Quais recursos materiais e estruturais são necessários para fazer acontecer? Quais já temos e quais precisamos providenciar?

Recursos

Qual é a nossa estrutura de custos? Quais os principais custos originados pelo processo de geração de impacto e para viabilizar a entrega de produtos/serviços comerciais?

FLUXO DO NEGÓCIO

OPORTUNIDADE DE MERCADO

Existe alguma oportunidade comercial que não está sendo atendida? Talvez atrelada ao contexto do problema que nos propomos a resolver?

Clientes

Quem é nosso cliente? Quem pagará pelo serviço/produto? O cliente é também o usuário do nosso serviço/produto? O cliente é também o nosso público impactado (beneficiário)?

Proposta de valor

Qual é o produto ou serviço entregue ao cliente? Qual é o valor gerado para o cliente através desse produto ou serviço? O que o cliente enxerga como valor e quais de suas necessidades atendemos?

Fontes de receita

De que maneira geramos recursos financeiros? O que será entregue aos clientes e como eles pagarão pelo produto/serviço oferecido?

TEORIA DA MUDANÇA

CONTEXTO E PROBLEMA

Qual é o problema social e/ou ambiental que nos propomos a resolver? Quais são as causas dessa situação?

Público / foco do impacto

Qual o público que recebe as intervenções / estratégias? Quais outros públicos ou focos de impacto são beneficiados no fluxo do negócio?

Intervenções (estratégias)

Que faremos para gerar impacto? Quais as nossas macroatividades? Quais são as nossas estratégias?

Saídas / outputs

Quais são as saídas contabilizáveis das intervenções?

Resultados curto prazo

Quais os resultados iniciais a serem produzidos para alcançar o impacto?

Resultados médio prazo

Quais resultados intermediários expressam as mudanças no público ou dimensão de impacto?

VISÃO DO IMPACTO

O que descreve a situação social e/ou ambiental transformada de maneira positiva?

RESULTADO FINANCEIRO

SAIBA MAIS

Conheça mais sobre o Modelo C. Clique Aqui ou escaneie o QR CODE.



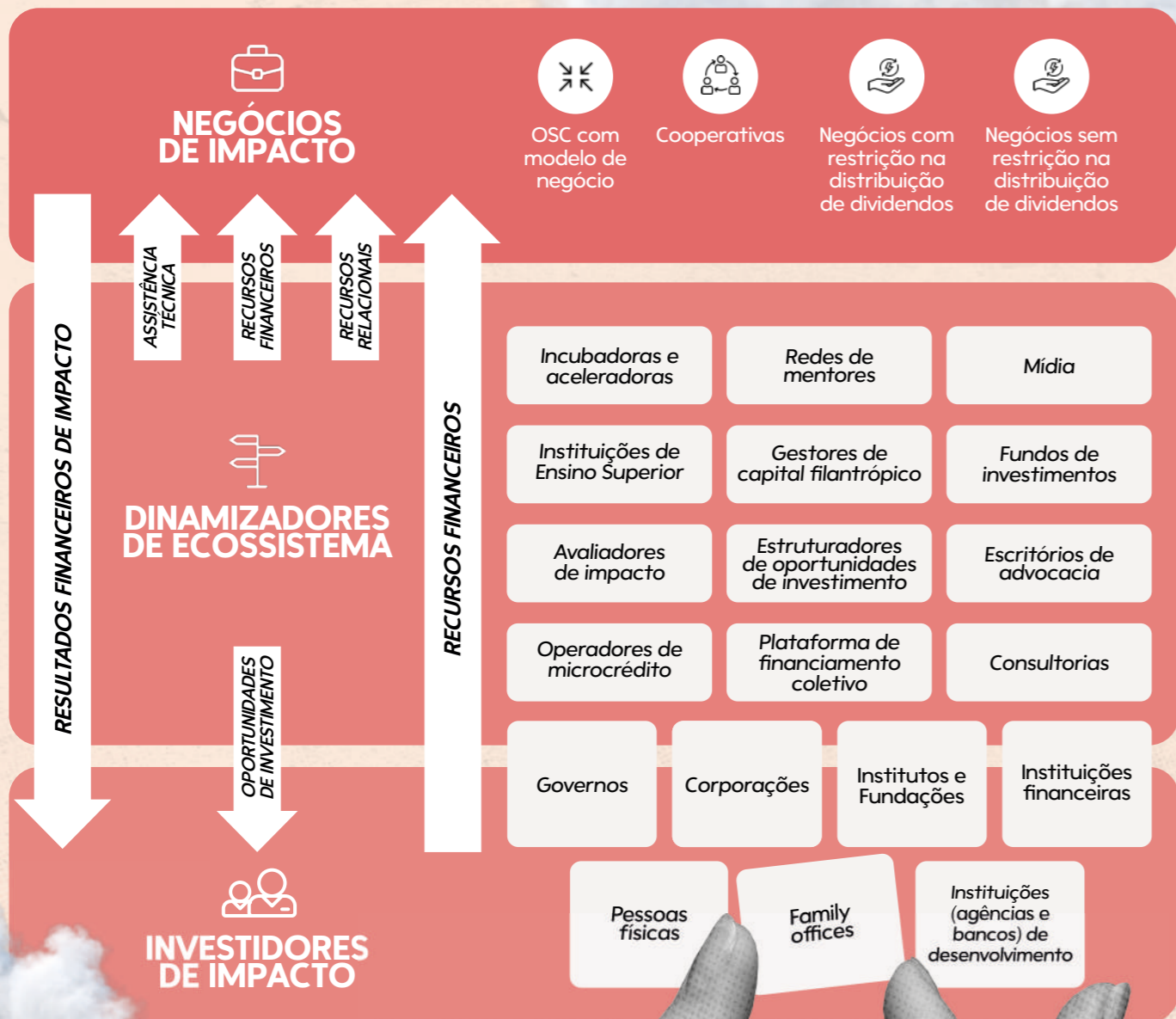
SUA VEZ!

Use o Modelo C do Idear PUCRS no Miro. Clique Aqui ou escaneie o QR CODE.



ECOSSISTEMA DE IMPACTO NO BRASIL

Consideramos **ECOSSISTEMAS DE IMPACTO** todos os atores envolvidos na promoção do impacto, que vai muito além dos próprios NIS, como é possível ver no quadro.



VOCÊ SABIA?

Há uma década, diferentes atores uniram forças e visões para estruturar o ecossistema de negócios de impacto no Brasil, iniciando uma articulação pioneira que inseriu a temática na agenda empreendedora do país.

Fonte: <https://ice.org.br/wp-content/uploads/2023/09/publicacao-alianca-10-anos-final-v3.pdf>



ECOSSISTEMA DE IMPACTO NO BRASIL

NEGÓCIOS DE IMPACTO

Primeiro temos os próprios Negócios de Impacto, que são empreendimentos com o objetivo de gerar impacto socioambiental e resultado financeiro positivo de forma sustentável, como visto nas páginas 4 e 5. Eles compõem a parte que dá sentido ao ecossistema, sua razão de ser, porém não suficiente para que ele exista.

Os NIS demandam tanto capital para dar escala a seus produtos e serviços, quanto apoio de diversos tipos para seu desenvolvimento e longevidade. E isso é papel dos Investidores de Impacto e dos Dinamizadores, respectivamente.

R **recicleiros** somos pelo todo A Recicleiros é uma OSC (Organização da Sociedade Civil) que coloca em prática os conceitos de sustentabilidade em sua integralidade, utilizando a gestão de resíduos como instrumento para gerar inclusão pelo trabalho, renda distribuída e benefícios ao meio ambiente. Sua visão é eliminar o impacto do lixo no planeta, promovendo e inspirando mudanças profundas nos hábitos da sociedade em sua relação com o meio ambiente, usando inovação e tecnologia para a transformação social. Acesse aqui: <https://recicleiros.org.br/>

HERSELF A Herself é uma empresa de biquínis e calcinhas menstruais cujo objetivo é alcançar a dignidade menstrual por meio de produtos tecnológicos e educação. Na prática, promove inovação social por meio de diversas tecnologias: matérias-primas e tecidos dos produtos, processos, cultura de empresa e medidas de promoção da dignidade menstrual. Tem uma forte atuação em projetos envolvendo mulheres do sistema prisional. Acesse aqui: <https://herself.com.br/>



Para conhecer mais os NIS no Brasil é importante conhecer o mapeamento da Pipe.Social, cujos dados permitem entender a realidade dos NIS, com suas características e demandas. O Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental, com sua primeira versão publicada em 2017 e nova edição a cada dois anos, acompanha a evolução do pipeline de negócios de impacto positivo no País e mostra o retrato atual do setor.

SAIBA MAIS

Para mais informações sobre as NIS no Brasil. [Clique Aqui](#) ou escaneie o QR CODE.



DINAMIZADORES

Os dinamizadores são agentes do ecossistema que trabalham no apoio direto ao desenvolvimento de Negócios de Impacto Social e/ou ambiental e têm um papel fundamental na promoção dos NIS e no desenvolvimento do conhecimento necessário para que o ambiente do ecossistema se torne fértil para que os negócios nasçam e prosperem.

Essas instituições também são importantes porque facilitam e apoiam a conexão entre a oferta (investidores, doadores e gestores) e a demanda (negócios que geram impacto social) de capital. Quanto mais preparados forem os NIS, mais atrativos serão para os financiadores, e por isso a importância dos dinamizadores.

Assim temos, como principais Dinamizadores do Ecossistema de Impacto:

- Incubadoras
- Aceleradoras
- Consultorias
- Redes de mentores
- Universidades
- Agentes de serviços especializados, como escritórios de advocacia, por exemplo, contribuem para esclarecer sobre aspectos jurídicos e regulações que podem facilitar ou criar barreiras para investidores e empreendedores de impacto.

ECOSSISTEMA DE IMPACTO NO BRASIL

12

QUINTESSA O Quintessa é um ecossistema de soluções empreendedoras e inovadoras para os desafios sociais e ambientais centrais da sociedade. Aceleram empreendedores e negócios de impacto e atuam junto a grandes empresas, investidores, institutos e fundações, promovendo as agendas de inovação, impacto positivo e ESG.

Acesse aqui: <https://www.quintessa.org.br/>

CIVI-CO O Civi.co é um hub de negócios e instituições de impacto social formado por uma Comunidade de empreendedores(as) e ativistas que trabalham para gerar transformações positivas no mundo. Sua missão é fomentar o empreendedorismo social e promover conhecimento para engajar a sociedade civil, o poder público e a iniciativa privada nas causas alinhadas com as práticas ESG e os ODS da Agenda 2030 da ONU e aposta na diversidade para formar uma rede colaborativa e nos inspiramos nas pessoas engajadas que lutam por um futuro sustentável, justo e equânime.

Acesse aqui: <https://civi-co.com/>

VOCÊ SABIA?

Dados sobre o Ecossistema de Impacto no Brasil, segundo dados do Guia 2.5:

Existe uma ampla gama de dinamizadores atuando no ecossistema, que se autodenominam de diferentes formas, como aceleradora, incubadora, consultoria, plataforma e gestora de investimento, entre outras.

65% das iniciativas de apoio ao ecossistema de impacto estão focadas no desenvolvimento dos NIS, enquanto 35% os apoiam via aporte financeiro.

SAIBA MAIS

Encontre mais informações sobre o Guia 2.5. Clique Aqui ou escaneie o QR CODE



13

ECOSSISTEMA DE IMPACTO NO BRASIL

INVESTIDORES DE IMPACTO

Os Investidores de Impacto são pessoas e organizações públicas ou privadas que mobilizam e alocam capital para negócios de impacto.

Um dos maiores desafios dos negócios de impacto, devido à necessidade de gerar resultados econômicos ao mesmo tempo que impactos social e ambiental positivos, é encontrar fontes de investimento. Muitos dos NIS iniciam sua operação com capital dos próprios empreendedores e com doações (capital filantrópico). O capital filantrópico contribui para a fase de estruturação dos negócios até que ele possa acessar mercados e ampliar suas receitas. Os principais doadores filantrópicos são pessoas físicas, family office, institutos e fundações empresariais. Nos últimos anos, a captação via financiamento coletivo (crowdfunding), empréstimo ou participação (equity) tem trazido novo capital para os negócios de impacto em diferentes estágios de desenvolvimento.

GRUPO GAIA A Gaia nasceu em 2009 para construir um mercado financeiro diferente, mais humano. Com mais de R\$ 20 bi em operações, construiu sua jornada com securitização agro e imobiliária. Até 2022, o Grupo era composto por empresas de investimentos de impacto (Gaia Impacto) e tradicionais (Planeta). Em 2023, a Planeta foi vendida e os recursos da venda e as ações da Gaia foram doados para a ONG criada com objetivo de fazer investimentos de impacto. Hoje a Gaia existe para realizar cada vez mais operações que buscam o equilíbrio entre risco, retorno e impacto, gerando valor para quem investe, para o projeto investido e causando impacto positivo no mundo.

Acesse aqui: <https://grupogaia.com.br/>

No Brasil o ecossistema de impacto tem um forte respaldo institucional: o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, por meio de sua Secretaria de Economia Verde, Descarbonização e Bioindústria, que lidera a Estratégia Nacional de Economia de Impacto. A ENIMPACTO, instituída por decreto, é uma articulação de órgãos e entidades da administração pública federal, do setor privado e da sociedade civil com o objetivo de promover um ambiente favorável ao desenvolvimento de investimentos e negócios de impacto.



SAIBA MAIS

Encontre mais informações sobre a Estratégia Nacional de Economia de Impacto. Clique Aqui ou escaneie o QR CODE



VOCÊ SABIA?

No Brasil um decreto instituiu a Estratégia Nacional de Economia de Impacto e o Comitê de Economia de Impacto em 2023.¹

De acordo com relatório da ANDE, o investimento de impacto cresceu 12% ao ano entre 2018 e 2020 no Brasil, quando chegou a R\$ 11,5 bilhões. O mercado continuou a crescer e, em 2021 (dados do relatório publicado em 2023), foi estimado em R\$ 18,7 bilhões. A maioria dos investidores de impacto, no Brasil, se define como investidores que unem retornos de mercado e impacto positivo, o que indica uma expectativa de crescimento contínuo do mercado.²

Fontes:

- 1 Decreto nº 11646, de 16 de Agosto de 2023. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/D11646.html
- 2 https://andeglobal.org/wp-content/uploads/2023/07/ANDE_2023_PT_FINAL.pdf

O ECOSSISTEMA DE IMPACTO NO BRASIL TEM GRANDE POTENCIAL. EXISTE INSTITUCIONALIDADE, UM CONJUNTO ROBUSTO DE AGENTES, JÁ MAPEADOS, CAPAZES DE APOIAR O DESENVOLVIMENTO DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO, E CAMINHOS JÁ FORAM TRILHADOS POR MUITOS NIS E SEUS EMPREENDEDORES. É NECESSÁRIO APROVEITAR ESSE POTENCIAL MOSTRANDO ÀS NOVAS GERAÇÕES UMA JORNADA POSSÍVEL QUE UNE MUDAR O MUNDO E GANHAR DINHEIRO.

E ESSA RESPONSABILIDADE TAMBÉM É NOSSA. VAMOS JUNTOS?



CONTEÚDO EXTRA

O QUE É BMC? (BUSINESS MODEL CANVAS)

A modelagem de um negócio mostra a maneira pela qual o mesmo cria e entrega valor. O BMC, desenvolvido por Alexander Osterwalder, é um mapa visual, composto por 9 componentes essenciais de um negócio, sendo 8 destes periféricos a

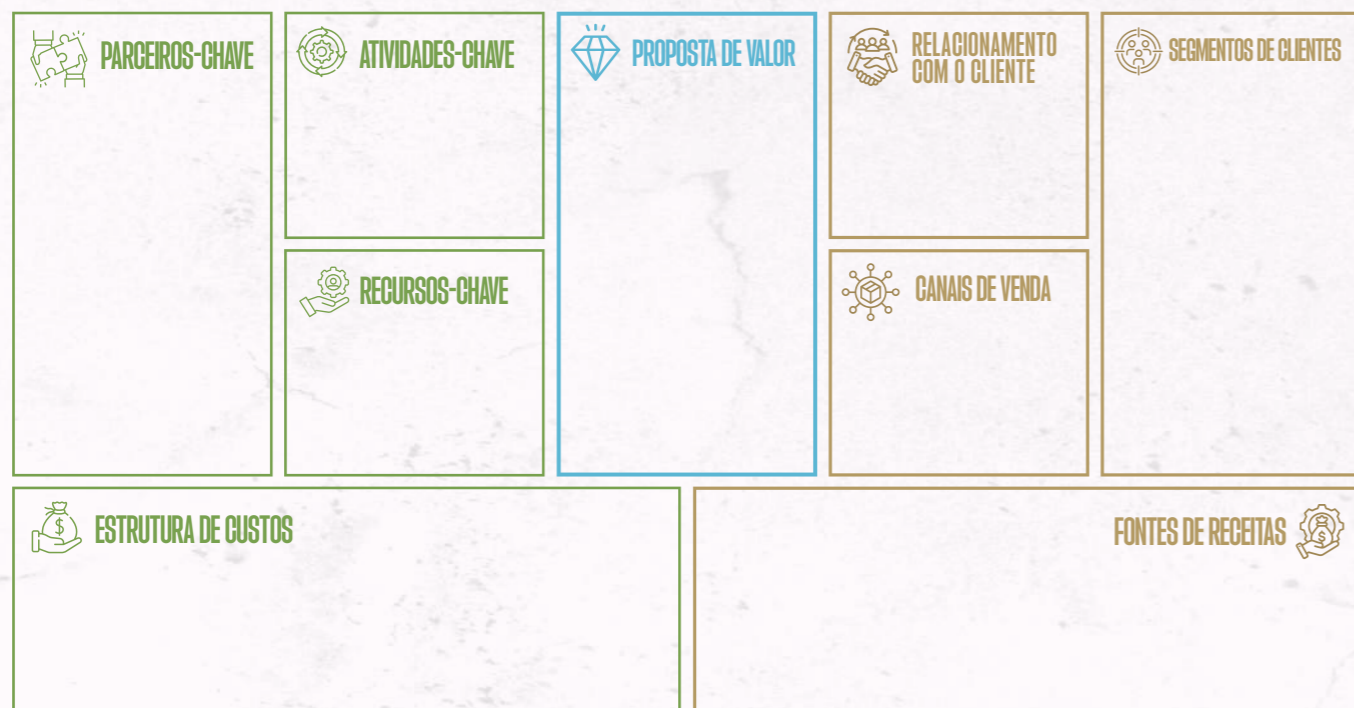
PROPOSTA DE VALOR.



O BMC divide o negócio em

CAPACIDADE ORGANIZACIONAL (LADO ESQUERDO) & ENTREGA DE VALOR PARA O CLIENTE (LADO DIREITO)

onde é possível visualizar e entender quem são: Parceiros-chave, Atividades-Chave, Recursos-chave, Proposta de Valor, Canais de Venda, Relacionamento com o Cliente, Segmento de Clientes, Custos e Fontes de Receita

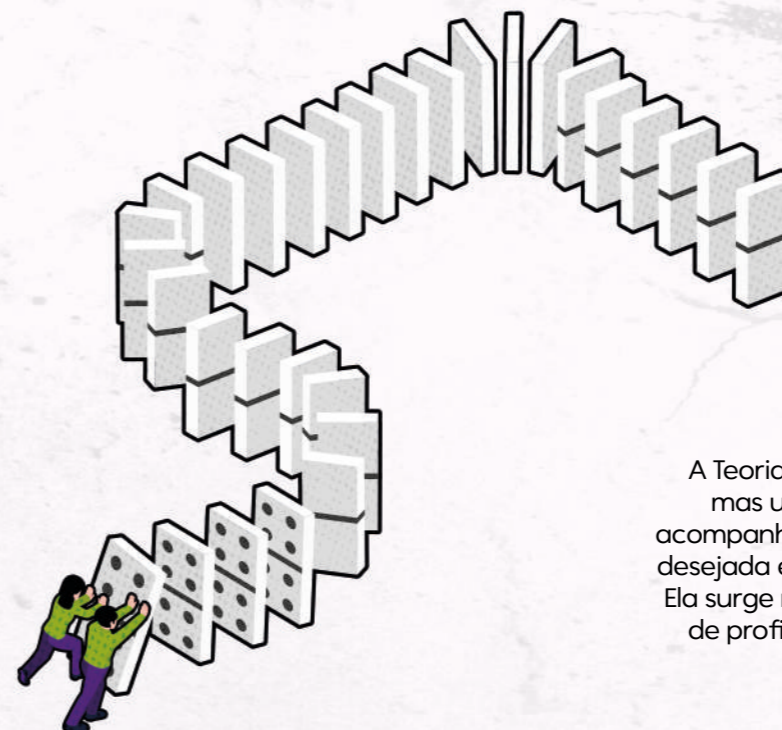


O **CANVAS**, COMO É MAIS CONHECIDO, É UMA FERRAMENTA AO MESMO TEMPO SIMPLES E PODEROSA PARA PENSAR OS NEGÓCIOS E, POR ISSO, MUITO POPULAR TAMBÉM.

CONTEÚDO EXTRA

O QUE É A TEORIA DA MUDANÇA?

A Teoria da Mudança não é, de fato, uma teoria, mas uma ferramenta de gestão utilizada para acompanhar os resultados de uma transformação desejada e planejada para determinada realidade. Ela surge na década de 1990, a partir de um grupo de profissionais do campo social e pode-se dizer que é uma ferramenta para planejar o impacto e sua avaliação.



Os fundamentos da Teoria da Mudança, explicitados em um texto de Carol Weiss, de 1995, dizem que é necessária uma profunda clareza a respeito do que se quer fazer, para quem, e os resultados que se quer gerar, bem como compreender a relação entre os elementos

As questões essenciais da Teoria da Mudança são:

- O QUE:** o que fazemos ou queremos fazer?
- PARA QUEM:** quem são os públicos que queremos impactar?
- PARA QUÊ:** o que queremos gerar (efeitos) e em quais momentos?



A partir disso é possível definir os recursos necessários, as intervenções e os públicos, distinguindo, também, *outputs*, resultados e impactos, o que é fundamental para a transformação desejada no campo social.

AGORA É SUA VEZ!
CRIE SEU PRÓPRIO MODELO DE IMPACTO.



Escaneie o QR Code ou [Clique Aqui](#) para começar a utilizar as ferramentas que você aprendeu nesta cartilha.

NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL N I S

Copyright © 2024 da Editora Pucrs

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9610 de 19/02/1988.

É proibida a reprodução desta obra, mesmo parcial, por qualquer processo, sem prévia autorização, por escrito, do autor e da Editora.

Reitor:

Ir. Evilázio Teixeira

Vice-reitor:

Ir. Manuir José Mentges

Pró-Reitora de Graduação e Educação Continuada:

Profa. Dra. Adriana Justin Cerveira Kampff

Diretor de Graduação:

Prof. Dr. Denizar Alberto da Silva Melo

Coordenação do IDEAR:

Profa. Dra Ana Cecília Bisso Nunes

Coordenação Acadêmica do IDEAR:

Profa. Dra Naira Maria Lobraico Libermann

Apresentação:

Camila Aloí (ICE)

Metodologia, conteúdo e supervisão editorial:

Profa. Dra. Gabriela Cardozo Ferreira

Design e Revisão

Agência Arklom

Equipe IDEAR

Parceiro e Patrocinador:

