

**Universidade Federal do Rio de Janeiro**  
**Trabalho de Conclusão do Mestrado em Propriedade Intelectual, Transferência de**  
**Tecnologia para Inovação - PROFNIT**

**Título do Trabalho:** Análise Preliminar de Negócios de Impacto Social

**Discente:** Bruno Chagas Bonifácio

**Matricula:** 117128608

**Orientadora:** Adelaide Maria de Souza Antunes

**Coorientador:**

**Tipo de Produto:** Artigo / Relatório relativo à proposição de programas, projetos e políticas institucionais ou públicas

## SUMÁRIO

1. Introdução com Revisão Bibliográfica .....	3
2. Objetivos .....	10
2.1. Objetivo Geral .....	10
2.2. Objetivos Específicos.....	11
3. Justificativa .....	11
4. Metodologia .....	13
4.1. Métodos .....	13
4.2. Recorte .....	14
5. Resultados .....	16
5.1. Empresas identificadas.....	16
6. Discussão .....	26
7.Considerações Finais.....	29
Referências bibliográficas .....	29

## 1. Introdução com Revisão Bibliográfica

Há um interesse crescente global pela inovação social, dado que as políticas públicas atuais têm se mostrado insuficientes para enfrentar desafios sociais e ambientais, como desigualdade social e mudanças climáticas. Desse modo, desde os anos 2000 se multiplicaram os estudos sobre o tema, conforme levantamento bibliográfico realizado por Silveira e Turri (2015). Pode-se dizer que o conceito de inovação social é bastante amplo, havendo diferentes visões entre os pesquisadores sobre sua definição, compiladas no quadro 1:

**Quadro 1: Definições de inovação social segundo diferentes autores**

Autor	Conceito
Dagnino e Gomes (2000, in Dagnino et al, 2004)	Conhecimento – intangível ou incorporado a pessoas ou equipamentos, tácito ou codificado – que tem por objetivo o aumento da efetividade dos processos, serviços e produtos relacionados à satisfação das necessidades sociais.
Mulgan et al. (2007)	Novas ideias que funcionam na satisfação de objetivos sociais; atividades inovativas e serviços que são motivados pelo objetivo de satisfazer necessidades sociais e que são predominantemente desenvolvidas e difundidas através de organizações cujos propósitos primários são sociais.
Moulaert et al. (2007)	Ferramenta para uma visão alternativa do desenvolvimento urbano, focada na satisfação de necessidades humanas (e empowerment) através da inovação nas relações no seio da vizinhança e da governança comunitária
Stanford Social Innovation Review, Phillips, Deiglmeier e Miller, 2008	Uma solução inovadora para um problema social que seja mais efetiva, eficiente e sustentável na comparação com as outras opções de soluções já existentes, na ótica da sociedade (coletividade) e não dos indivíduos. Uma inovação social pode ser um produto, processo de produção ou tecnologia (bem como a inovação em geral), mas também pode ser um princípio, uma ideia, uma legislação, um movimento social, uma intervenção ou alguma combinação entre eles
Murray et al. (2010)	Novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente satisfazem necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais. Em outras palavras, são inovações que, ao mesmo tempo, são boas para a sociedade e aumentam a capacidade da sociedade de agir

Fonte: Adaptado de Bignetti (2011)

Inserido nesse contexto, com a crescente preocupação em se solucionar problemas sociais e ambientais, um fenômeno mundial recente que tem se desenvolvido é a aplicação de modelos

de negócio inovadores para a geração de impacto social positivo. Em fase emergente, esses empreendimentos, que envolvem diversos atores e organizações em diferentes contextos sociais, econômicos e políticos, não possuem uma nomenclatura única utilizada. São muito os termos utilizados: empreendimentos sociais, negócios sociais, negócios inclusivos, negócios socioambientais, negócios com solução de impacto social e ambiental, negócios voltados para a base da pirâmide<sup>1</sup>.

Segundo Comini (2016), na literatura são encontradas três principais correntes que explicam tais negócios: (i) europeia, nascida da tradição da economia social (associativismo e cooperativismo), que enfatiza a atuação de organizações da sociedade civil com funções públicas, (ii) norte-americana, em que organizações privadas com lógica de mercado são dedicadas a soluções de problemas socioambientais, e (iii) a perspectiva, predominante em países em desenvolvimento, que os consideram como empreendimentos socioambientais que atuam na lógica de mercado e que visam a redução da pobreza e a transformação das condições sociais que marginalizam ou excluem pessoas. Nessa perspectiva, tem-se, por exemplo, a definição de Yunus (2018), em que os negócios sociais são entendidos como “empresas que têm a única missão de solucionar um problema social, são autossustentáveis financeiramente e não distribuem dividendos”.

Apesar de serem encontradas diferentes vertentes, há um consenso de que este tipo de organização possui características que a distingue de uma empresa tradicional. Junto à busca pela sustentabilidade financeira, há interesse na maximização da geração de valor socioambiental para a sociedade (DEES, 2001). Assim, objetivos até então considerados como contraditórios são buscados de forma simultânea (ALTER, 2007). Portanto, trata-se de um conceito polissêmico, que começou a se estruturar mundialmente na década de 2000 e que se encontra ainda em construção.

Desse modo, para o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso, é importante que seja escolhida uma terminologia adequada. Para tanto, foram adotadas as definições e termos mais difundidas entre os atores do ecossistema<sup>2</sup>, que constam na Carta de Princípios para Negócios

---

<sup>1</sup> A expressão foi cunhada por PRAHALAD (2009) para identificar a população com menor poder aquisitivo.

<sup>2</sup> Segundo MOORE (1993), trata-se de um conjunto de interações que existe entre diferentes atores dentro de uma comunidade, e que se desenvolve em quatro estágios (nascimento, expansão, liderança e renovação) através da competição e cooperação simultânea.

de Impacto no Brasil (2015) da Força Tarefa de Finanças Sociais<sup>3</sup>, que visa conceituar e parametrizar os empreendimentos sociais que se pretende estudar:

Negócios de impacto: são empreendimentos que têm a missão explícita (ou seja, há uma intencionalidade) de gerar impacto socioambiental ao mesmo tempo em que geram resultado financeiro positivo de forma sustentável.

Investimentos de impacto<sup>4</sup>: consistem na mobilização de capital público e/ou privado para negócios de impacto com o compromisso de gerar impacto social ou ambiental positivo de forma financeiramente sustentável. Diferencia-se da filantropia e das finanças tradicionais por combinar compromisso do capital com o impacto social, compromisso com a sustentabilidade financeira a partir da comercialização de produtos e serviços e monitoramento e mensuração do impacto.

Tais definições estão em consonância com Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto (ENIMPACTO), uma política nacional específica para o setor pioneira no mundo, que foi construída em articulação com órgãos do governo, do setor privado, da comunidade científica e acadêmica e da sociedade civil, e foi instituída via decreto presidencial no dia 19 de dezembro de 2017 (MDIC, 2017) <sup>5</sup>. A estratégia baseia-se em quatro eixos: a ampliação da oferta de capital; o aumento do número de negócios; o fortalecimento de organizações intermediárias, como incubadoras e aceleradoras; e a promoção de um macroambiente favorável, que inclui propor e acompanhar legislações, normas e regulamentos.

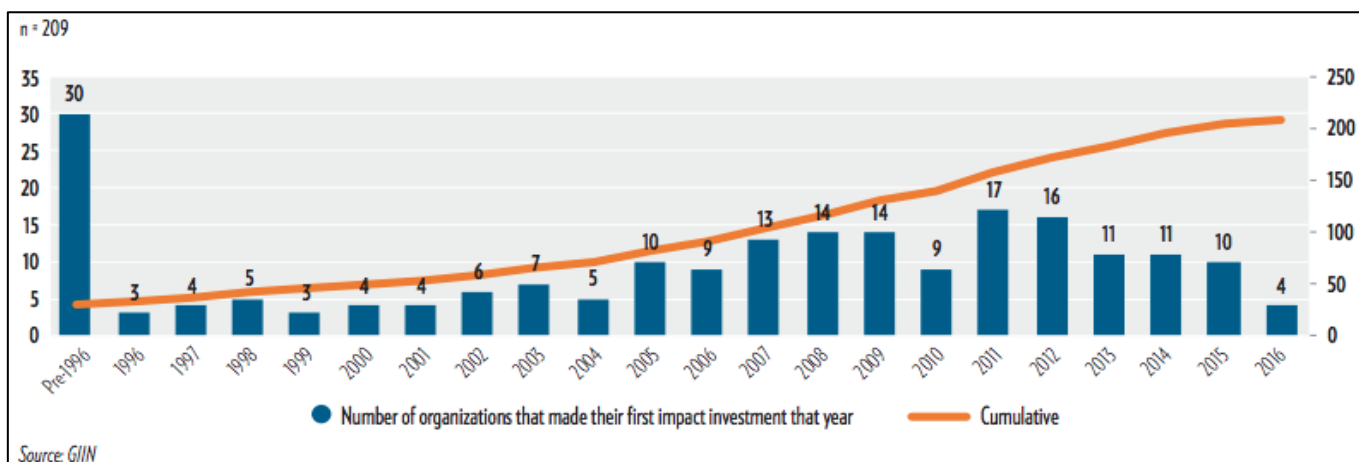
Embora recente, esse ecossistema apresentou nos últimos anos um ritmo acelerado de crescimento. Sob o ponto de vista de investimento, a curva abaixo (figura 1), extraída do relatório do Global Impact Investment Network (GIIN), publicado em 2017, ilustra tal fenômeno.

---

<sup>3</sup> A Força Tarefa de Finanças Sociais (FTFS) é um movimento, criado em 2014, coordenado pelo Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) - organização da sociedade civil, sem fins de lucro - para identificar, conectar e apoiar organizações e temas estratégicos para o fortalecimento do campo das Finanças Sociais e dos Negócios de Impacto no Brasil.

<sup>4</sup> O termo investimento de impacto (do inglês, impact investing) foi cunhado pela primeira vez em 2007 (o campo começou a se estruturar na década de 2000), em reunião da The Rockefeller Foundation, na cidade de Bellagio, Itália (THE ROCKEFELLER FOUNDATION, 2018).

<sup>5</sup> Revogado pelo Decreto nº 9.977, de 2019.

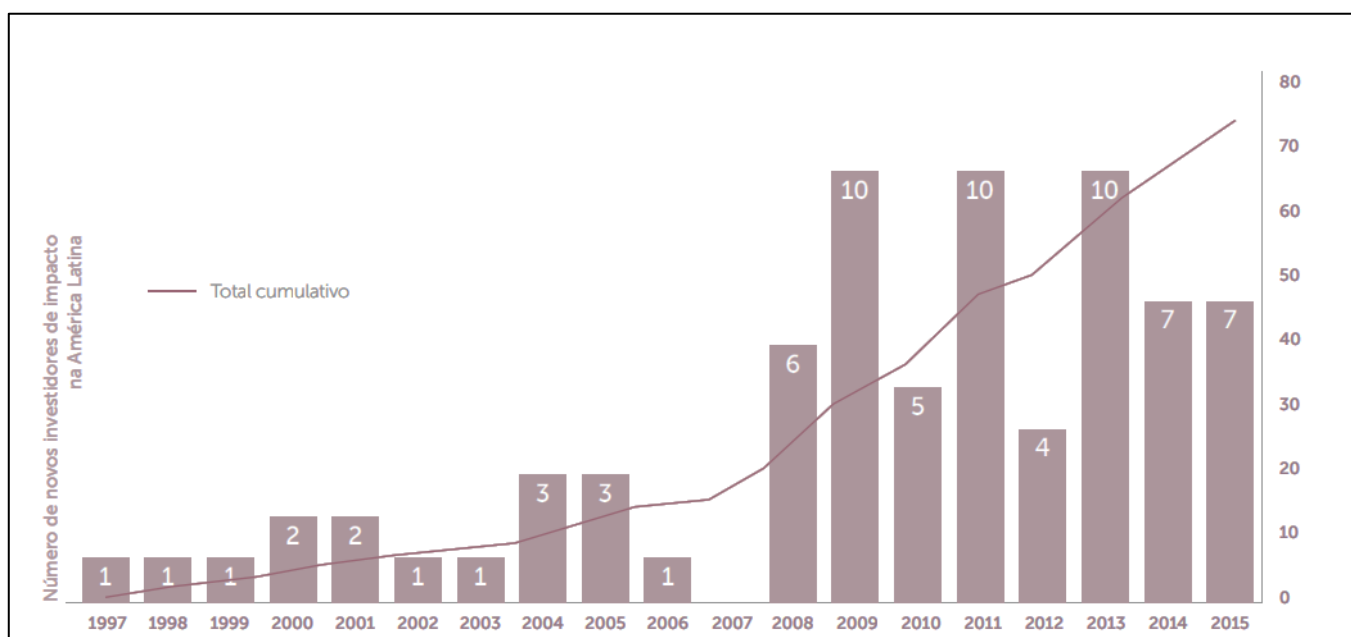


**Figura 1. Número de investidores que fizeram seu primeiro investimento de impacto, por ano, globalmente, e total cumulativo**

Fonte: Global Impact Investment Network (2017)

Segundo esse mesmo estudo, o mercado global de investimento de impacto em 2017 era estimado em US\$ 114 bilhões. Já na América Latina, segundo relatório da Aspen Network of Development Entrepreneurs (Ande) sobre o panorama do setor na América Latina, o capital destinado a negócios de impacto também se expandiu, com um total de US\$ 1,2 bilhão administrado por investidores em 2016.

Também foi identificado pela Association for Private Capital Investment in Latin America (LAVCA) que o número de investidores com enfoque em negócios de impacto cresceu de forma acentuada a partir de 2007, conforme exposto na figura 2.



**Figura 2. Número de investidores que fizeram seu primeiro investimento de impacto, por ano, na América Latina, e total cumulativo**

Fonte: LAVCA (2016)

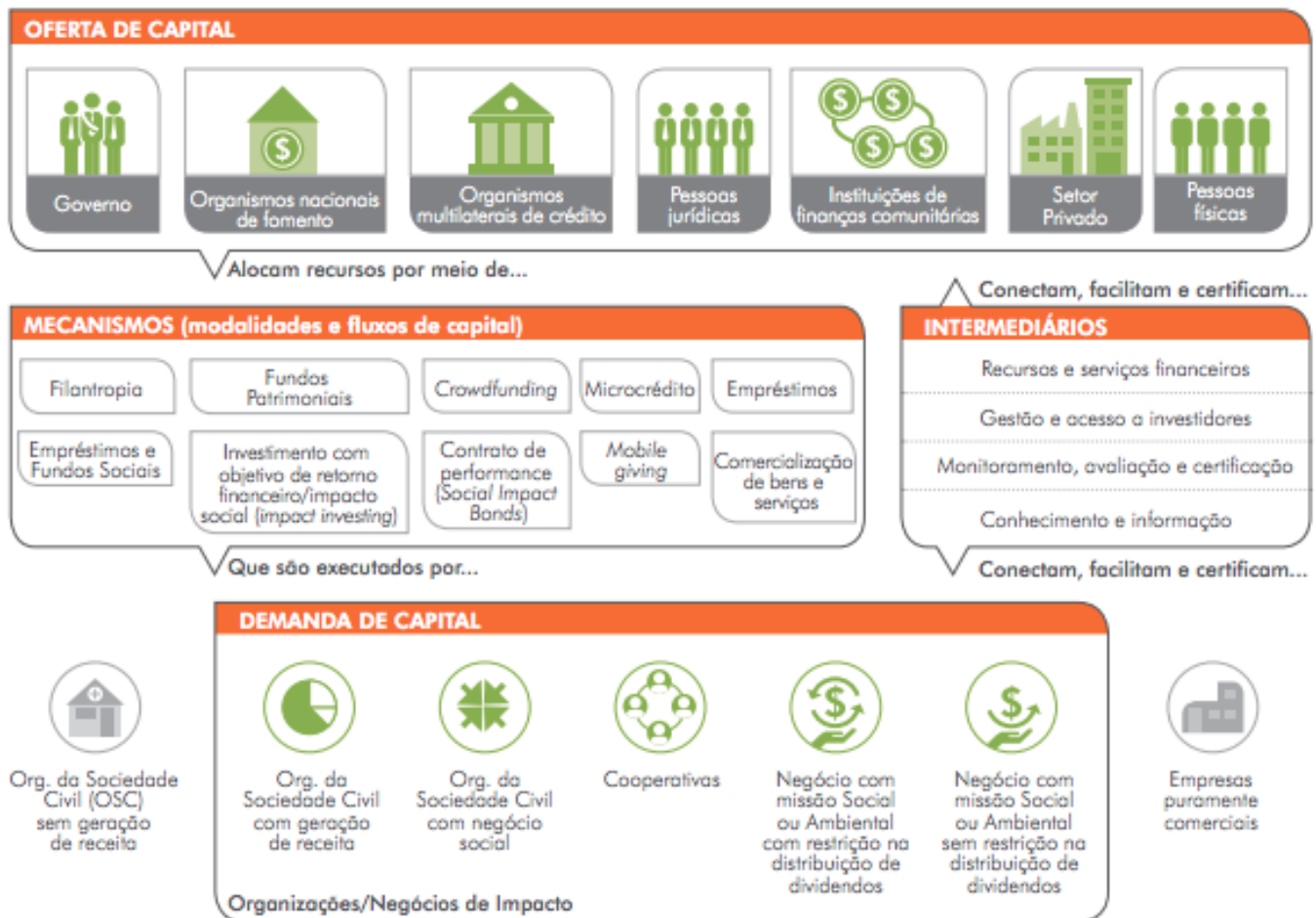
No Brasil, o montante era de US\$ 186 milhões de ativos sob gestão, sendo que, entre 2014 e 2016, o número de investidores de impacto ativos no país, que responderam o estudo da Ande, aumentou de 22 para 29.

A partir dos anos 2000, conforme relatório do Sebrae intitulado “Gestão do conhecimento no ecossistema de Negócios de Impacto no Brasil”, se observa o surgimento de diversos investidores de impacto: Sitawi, em 2009; Vox Capital, em 2009; Kaeté Investimentos, em 2011; Mov, em 2012; e BemteVi, em 2015. Concomitantemente, diversas organizações intermediárias<sup>6</sup> com foco em negócios de impacto aderiram ao ecossistema: Artemisia, em 2004; Nesst Brasil, em 2007; Impact Hub, em 2007; Instituto Quintessensa, em 2009; Social Good Brasil, em 2011; Worth a Million, em 2015; e Yunus Youth, em 2014.

Esse crescimento impulsionou o surgimento e a participação de diversos atores no ecossistema, entre eles: empreendedores sociais, aceleradoras de negócios, incubadoras, universidades, organização de fomento e promoção de ecossistema, bancos de desenvolvimento, fundos de participação, fundações etc. A composição básica desse universo e sua dinâmica está ilustrada na figura 3:

---

<sup>6</sup> Organizações intermediárias são instituições que facilitam, conectam e apoiam a conexão entre oferta (investidores, gestores que buscam impacto) e demanda de capital (organizações/negócios que geram impacto social); bem como, qualificam a construção do ecossistema das Finanças Sociais. FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. Finanças sociais: soluções para desafios sociais e ambientais. 2015.



**Figura 3: Composição básica do ecossistema de Finanças Sociais**  
**Fonte: Força Tarefa de Finanças Sociais (2015)**

Em 2017, foi lançado o primeiro Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental, elaborado pela plataforma para empreendedores Pipe Social<sup>7</sup>. Foram apresentados dados sobre 579 negócios de impacto. A pesquisa demonstrou que 40% deles têm menos de três anos de atuação, e possuem soluções nos seguintes temas: educação (38%); tecnologias verdes, como água, energia e agricultura (23%); cidadania, em áreas de acessibilidade, gênero, moda (12%); saúde (10%); serviços financeiros (9%); e cidades, com questões como moradia e mobilidade (8%).

Ou seja, tratam-se de negócios novos e que estão amplamente conectados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), elencados na figura 4, na medida que desenvolvem soluções capazes de responder às demandas sociais e ambientais que o país apresenta.

<sup>7</sup> Pipe é uma vitrine de negócios sociais que surgiu com o desejo de provocar conexões de impacto no Brasil; uma plataforma para que startups sejam vistas e também se reconheçam dentro do universo de possibilidades que o ecossistema hoje oferece ([www.pipe.social/startup/sobre](http://www.pipe.social/startup/sobre), acesso em 2018).



## **OBJETIVOS** DE DESENVOLVIMENTO **SUSTENTÁVEL**



**Figura 4: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**

**Fonte: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD (2017)**

Os ODS foram adotados, como uma parte integral do documento ‘Transformando nosso mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável’, por todos os 193 Estados membros das Nações Unidas, em 25 de setembro de 2015. Considerando as lições aprendidas dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (implementados de 2000 a 2015), os ODS definem objetivos globais de desenvolvimento de longo prazo para estabelecer meios mais sustentáveis de desenvolvimento econômico, ambiental e social em todos os países. Essas metas globais, conhecidas como Agenda 2030, entraram em vigor em janeiro de 2016 com a previsão que sejam realizadas até 2030. Os ODS foram adotados por unanimidade pelos Estados membro das Nações Unidas e endossados pelos poderes executivos dos governos de cada país.

Em Chamada Pública realizada pelo PNUD, em parceria com o Sebrae, foram identificadas 857 ideias e Negócios de Impacto social, de todas as regiões do Brasil, alinhados com ODS. Estes números, em conjunto com o mapeamento do Pipe Social, demonstram uma nova tendência de criação de negócios de impacto no Brasil, que poderá contribuir para que sejam alcançadas as metas pactuadas na Agenda 2030.

Para um desenvolvimento sustentável, conforme Comini (2016), os negócios de impacto com lógica de mercado e com lógica social têm papéis e contribuições diferentes na proposição de

alternativas: aqueles com uma expressiva orientação social tendem a priorizar uma ação local e buscam gerar valor socioambiental profundo. Assim, sua contribuição é qualitativa, com maior profundidade de impacto. Por outro lado, os negócios com lógica de atuação de mercado possuem maior preocupação com escala, maior capacidade de introduzir inovações em produto ou mercadológicas, com tendência a provocar mudanças institucionais em sua indústria. Portanto, possuem contribuição quantitativa, com maior abrangência do impacto.

Diante do exposto, pretende-se gerar um estudo que contribua com o debate para a inserção do tema de negócios de impacto e seu ecossistema dentro da estrutura de apoio da agência brasileira da inovação - Finep<sup>8</sup>, de forma a auxiliar na criação de um ciclo de investimento capaz de permitir que sejam desenvolvidos produtos eficazes, que atendam as demandas da sociedade e gerem soluções de mercado para os problemas sociais e ambientais brasileiros.

Assim, o grande desafio é inserir o tema de investimentos e negócios de impacto na política operacional da Finep, para que o tema seja fomentado e seja buscado o atingimento de objetivos como proposição de instrumentos financeiros adequados às características dos negócios de Impacto e chamadas públicas para fundos de investimento de impacto.

A atuação da Finep se dá em toda a cadeia da inovação, com foco em ações estratégicas, estruturantes e de impacto para o desenvolvimento sustentável do Brasil. No panorama atual de restrição orçamentária na política econômica brasileira, é fundamental que a empresa, em seu papel de formuladora de políticas de Ciência, Tecnologia e Inovação, busque soluções alternativas para combater problemas socioambientais.

Além disso, para que a Finep não se torne obsoleta, é recomendável que ela esteja conectada com os novos modelos de negócios que promovem a inovação e seja capaz de acompanhar ou antecipar processos de desenvolvimentos transformadores.

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo Geral**

---

<sup>8</sup> A Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) é uma empresa pública brasileira que tem como missão promover o desenvolvimento econômico e social do Brasil por meio do fomento público à Ciência, Tecnologia e Inovação em empresas, universidades, institutos tecnológicos e outras instituições públicas ou privadas.

O TCC teve por objetivo apresentar análise preliminar sobre negócios de impacto inovadores no Brasil com potencial de escalabilidade.

## **2.2. Objetivos Específicos**

- Estudar negócios sustentáveis, com retorno financeiro e foco no impacto social.
- Verificar se uma startup caracterizada como negócio de impacto tem potencial para escalar como uma startup tecnológica.
- Estimular a discussão da construção de metodologias de avaliação de impacto social.
- Estimular a inserção do tema negócio de impacto na política operacional da Finep.

## **3. Justificativa**

Os negócios de impacto, formas inovadoras que atendem demandas da sociedade e simultaneamente geram desenvolvimento econômico, contribuem, entre outros aspectos, para:

- Promover inovações e tecnologias apropriadas à resolução de problemas socioambientais complexos - engajando empreendedores no entendimento e resolução desses problemas;
- Agregar novas soluções para complementar às políticas públicas no atendimento à população, que podem representar uma inovação em economia de gastos, inclusão de novos públicos ou efetividade da transformação;
- Fortalecer a cultura e a prática de estruturar metas sociais, pautadas por impacto e não por resultado, nas políticas públicas de CT&I.

Em consulta aberta realizada com o ecossistema de investimento e Negócios de Impacto e consolidada pela Força Tarefa de Finanças Sociais em seu Relatório de 2017, uma das prioridades listadas para ações futuras, no ambiente acadêmico, foi a necessidade de se ampliar e dar visibilidade a estudos sobre o ciclo de vida dos negócios de impacto e a efetividade dos processos de aceleração e apoio a empreendedores.

Segundo apresentado no relatório da Aspen Network of Development Entrepreneurs (Ande, 2016), vários investidores de impacto entrevistados afirmaram que ainda existe a necessidade de se provar o modelo de investimento de impacto no Brasil, de modo que a falta de visibilidade e de casos de sucesso pode dar origem a um círculo vicioso no qual os investidores atuais se tornem mais conservadores e financiem menos projetos de impacto social ambiental. De fato, nesse estudo, das 52 saídas de mercado reportadas na América Latina (ou seja, empresas que foram investidas e posteriormente vendidas, trazendo retorno financeiro aos investidores), nenhuma foi declarada no Brasil.

Em 2018, foi divulgado no jornal Valor Econômico<sup>9</sup> o primeiro evento de saída de um negócio de impacto no Brasil. Trata-se da venda, pela Vox Capital (primeira gestora especializada em investimento de impacto no país) de uma participação de aproximadamente 30% que detinha na TEM<sup>10</sup>, operadora de cartões pré-pagos de saúde, em um movimento casado com a entrada de uma grande seguradora. Tal fato pode ser interpretado como consequência de um processo de amadurecimento do segmento e que poderá contribuir indiretamente para que novos resultados bem-sucedidos ocorram. Porém, continua pertinente o acompanhamento e apresentação da evolução dos negócios de impacto no Brasil, de forma a se aumentar a visibilidade de boas práticas no setor.

Além disso, segundo Limeira (2015), entre outros desafios dos empreendedores sociais, estão: acesso a financiamentos e investimentos, principalmente na fase inicial do ciclo de negócios, e a necessidade de construir métricas e metodologias padronizadas para avaliação de impacto. Em relação àquele, o 1º Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental (2017) destaca que há um descompasso existente entre as necessidades do empreendedor e as ajudas obtidas em cada fase da jornada do negócio. De um lado, há a demanda dos empreendedores por investimento, e de outro, um perfil de negócios buscado pelo investidor que seja mais maduro e com resultados comprovados, o que provoca um impasse na criação de negócios mais maduros, conforme ilustrado na figura 5. Em relação ao último, 30% dos negócios mapeados ainda não definiu métricas para acompanhar seu impacto, e 28% não consideram necessário esse monitoramento.

---

<sup>9</sup> <[www.valor.com.br/financas/5572647/vox-capital-tem-lucro-de-26-ao-ano-com-negocio-de-impacto](http://www.valor.com.br/financas/5572647/vox-capital-tem-lucro-de-26-ao-ano-com-negocio-de-impacto)>. Acesso em 08 jun. 2018.

<sup>10</sup> A TEM possui o propósito de gerar acesso a saúde de qualidade a preços acessíveis. É uma administradora de cartões pré-pagos de uso exclusivo para pagamentos de serviços de saúde e bem-estar prestados pela rede credenciada da empresa. A TEM oferece para os seus clientes acesso a uma rede de benefícios em serviços de saúde como atendimentos e exames médicos de baixo custo (até 70% mais baratos) e descontos em medicamentos. Extraído de [www.voxcapital.com.br](http://www.voxcapital.com.br).

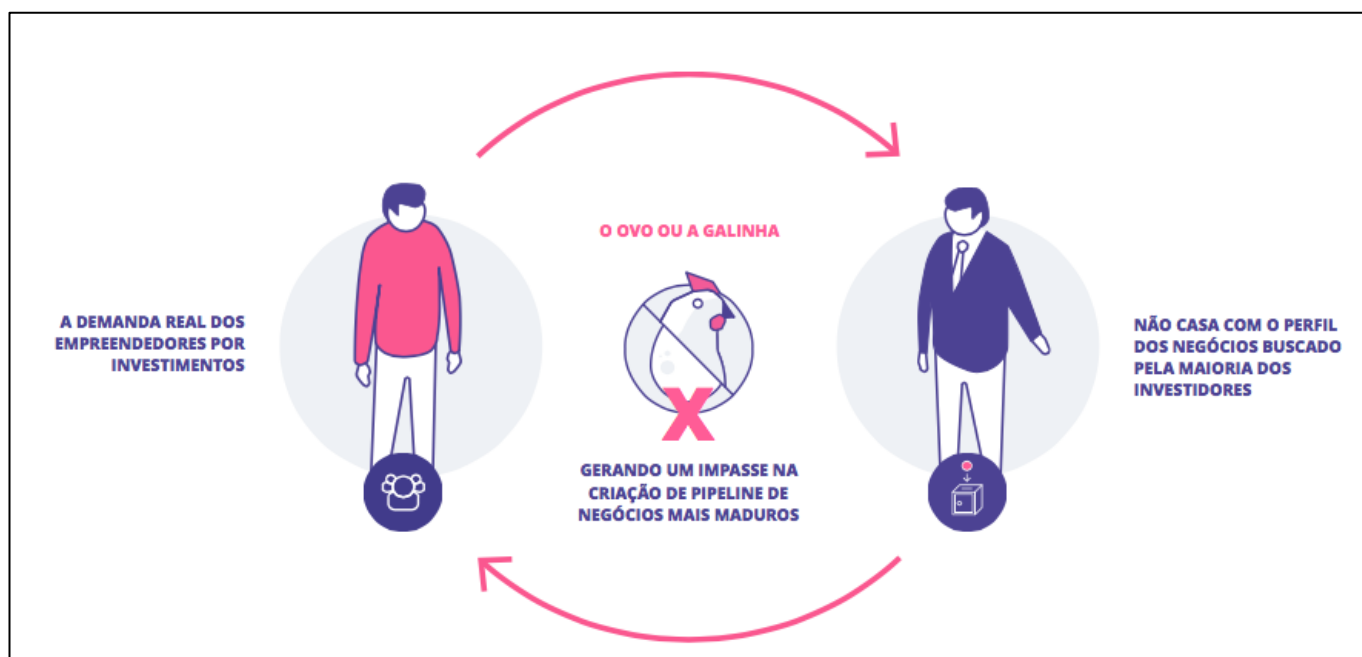


Figura 5. Dilema para a criação de pipeline de negócios de impacto maduros

Fonte: Pipe Social (2017)

Assim, o estudo de empreendimentos capazes de operar de maneira financeiramente sustentável e simultaneamente solucionar desafios socioambientais é relevante, tendo sido descrito no relatório, elaborado pelo Sebrae (2018), “Gestão do Conhecimento no Ecosistema de Negócios de Impacto no Brasil”:

*“Não há dados sistematizados que revelem um histórico de retornos sociais ou financeiros consistentes nos investimentos de impacto. Isto pode ser em parte explicado pela dificuldade de estabelecimento de métricas e metodologias de avaliação que consigam dar conta da complexidade de mensuração no campo socioambiental”.*

## 4. Metodologia

### 4.1. Métodos

Foram utilizados no trabalho diferentes métodos, em pesquisa que foi predominantemente qualitativa:

- Breve revisão bibliográfica sobre negócios de impacto, com enfoque nas definições encontradas na literatura e relatórios produzidos nos últimos três anos sobre a atuação de quatro dos atores do ecossistema: empreendedores, agentes intermediários, governo e

investidores. Essa revisão de literatura contribuiu para o desenvolvimento de questões objetivas para a elaboração do estudo.

- Construção de estudo a partir dos métodos descritos por Yin (2015), para o qual um estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos relevantes.
- Análise de dados. Para tanto, foram utilizadas as metodologias propostas por Yin (2015), que afirma que análise de dados consiste em examinar, categorizar, classificar em tabelas ou, do contrário, recombinar as evidências tendo em vista proposições iniciais de um estudo. Foi utilizada uma estratégia analítica geral - estabelecendo prioridades do que deve ser analisado e por que.

## 4.2. Recorte

No Brasil, em 2018, a taxa de empreendedorismo total, que engloba os indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora, tanto inicial quanto estabelecida, foi de 38% da população entre 18 e 64 anos, conforme detalhado na figura 6.

Estágio	Taxas	Estimativa
Empreendedorismo total	38,0	51.972.100
Empreendedorismo inicial	17,9	24.456.016
Novos	16,4	22.473.982
Nascentes	1,7	2.264.472
Empreendedorismo estabelecido	20,2	27.697.118

Figura 6: Taxas<sup>11</sup> (em %) e estimativas (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio

Fonte: Global Entrepreneurship Monitor (2018)

Diante de vasto universo, é necessário se determinar um recorte. O estudo tratou de empresas inovadoras que possuam contribuição quantitativa e escalável, com maior abrangência de impacto. Foram utilizados os seguintes critérios para seleção das empresas:

- Inovação: A opção deste trabalho é considerar a inovação social na perspectiva de resultado, ou seja, na geração de valor socioambiental a partir da introdução de novos

<sup>11</sup> Percentual da população de 18 a 64 anos. A soma das taxas parciais é diferente da taxa total, pois empreendedores com mais de um empreendimento estarão contabilizados mais de uma vez.

produtos/serviços ou processos em um determinado mercado ou contexto. Essa definição foi defendida no primeiro Fórum de Inovação Social realizado na OECD em 2000, pelo Programa Local Economic and Employment Development (LEED), conforme Comini (2016).

- Escala: O termo “escalar” tem sido utilizado na literatura de formas diferentes, descrevendo uma variedade de processos (como expansão, replicação, disseminação) e aplicações. Uvin (1995) identifica quatro diferentes dimensões para a escala: quantitativa, funcional, política e organizacional. Para este trabalho, quando houver referência à escalabilidade do impacto, será utilizada a definição de escala quantitativa, também referida como horizontal, definida pelo autor como a amplitude da cobertura de uma intervenção, a expansão de uma área geográfica para alcançar mais pessoas e comunidades, ocorrendo quando um programa expande seu tamanho por replicação em diferentes locais ou aumentando sua base beneficiária em um determinado local.

Dentro desse escopo, foram escolhidos startups, por serem empresas nascentes de base tecnológica que estão entre as principais produtoras de inovação nas principais economias do mundo (Freeman, 1995) e que nas quais o uso de tecnologia é capaz de trazer mudanças disruptivas no setor de atuação e/ou escalabilidade para o impacto dos negócios. Ries (2012) define startup como uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza. Blanc (2012) a define como uma organização temporária construída para encontrar um modelo de negócios escalável, com receita recorrente e lucrativo (Blanc & Dor, 2012).

Dessa forma, foram selecionados startups, não dependentes de filantropia, que sejam caracterizadas pelos seus empreendedores como negócio de impacto, que já possuam um produto minimamente viável (MVP).

Além dessas características, os startups que devem estar na fase de validação, etapa na qual a empresa comprova que sua solução atende ao problema a ser resolvido. Nesta etapa, segundo Comuns (2014), a startup precisa ser capaz de desenvolver a versão inicial do produto ou serviço, com recursos comprometidos, ou já possuir um produto ou serviço para iniciar o processo de comercialização da sua solução em canal de vendas aderente ao seu público alvo; esta etapa inclui também os testes das premissas para a solução validada.

As seguintes questões foram adotadas para a escolha das empresas a serem analisadas:

- Empresa é caracterizada como negócio de impacto?
- Empresa possui solução inovadora?
- Há possibilidade de escala?
- Estágio atual de desenvolvimento da solução em fase minimamente de validação?.
- Possui produto minimamente viável (MVP)?
- Uso de tecnologia é capaz de trazer escalabilidade?
- É conectada com algum dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)?

## 5. Resultados

### 5.1. Empresas identificadas

Foram identificadas quatro startups adequadas para o estudo, que atendem aos critérios elencados no item 4. Esse processo de seleção se deu por meio de consulta em revistas e mídia (como revista Página 22, Pequenas Empresas & Grandes Negócios e jornal Valor Econômico), na plataforma 100 Open Startups, assim como por meio de participação em eventos (como no Fórum Brasileiro de Finanças Sociais e Negócio de Impacto) e também a partir da relação do autor, analista da Finep, com agentes intermediários (como Artemisia e Instituto de Cidadania Empresarial – ICE), tendo em vista a natureza do seu trabalho. São elas: epHealth, Pickcells, Polen e Sumá, conforme quadro 2.

**Quadro 2**

Premissa para o estudo	ePHealth	Pickcells	Polen	Sumá
Empresa é caracterizada como negócio de impacto?	Sim	Sim	Sim	Sim
Possui solução inovadora?	Sim	Sim	Sim	Sim
Há possibilidade de escala?	Sim	Sim	Sim	Sim
Estágio atual de desenvolvimento	Validação	Validação	Início de comercialização	Validação / início de comercialização
Possui MVP?	Sim	Sim	Sim	Sim
Uso de tecnologia é capaz de trazer escalabilidade?	Sim	Sim	Sim	Sim
Conectada com algum ODS?	Boa saúde e bem-estar	Boa saúde e bem-estar	Consumo e produção responsáveis	Consumo e produção responsáveis

**Fonte: Elaborado pelo autor (2019)**

Com base no estudo das empresas, as foram obtidas as informações a seguir.



### **5.1.1. ePHealth**

#### **Resumo da empresa**

Empresa inovadora, focada em saúde primária (saúde preventiva), há sete anos se aprofundando nesse tema.

#### **Caracterização da empresa**

É um negócio de impacto cuja solução é uma plataforma de saúde preventiva, com foco no cadastramento e monitoramento da população em larga escala, identificando fatores de risco, vulnerabilidade e grupos prioritários. Possui potencial de redução de custos para todo o sistema de saúde. Foram desenvolvidos aplicativo de campo, sistema de controle, analytics e mapa inteligente.

#### **Breve histórico**

A startup foi desenvolvida em 2006, com foco em automatizar um dos maiores programas de prevenção que existe no mundo, a Estratégia Saúde da Família, com base nos Agentes Comunitários de Saúde. Hoje, 280 mil profissionais estão mapeando diretamente mais de 100 milhões de brasileiros. Esse programa, contudo, está baseado em processos manuais e papel.

O aplicativo de campo foi iniciado apenas como um coletor de dados, e hoje é um sistema de gerenciamento das atividades de campo, com comunicação em duas vias, recebendo atualizações e pesquisas dinâmicas do sistema de gerenciamento, com algoritmos para melhor identificação dos riscos e prioridades de acompanhamento.

#### **Problema que pretende resolver**

Brasil tem o maior programa de saúde preventiva do mundo no SUS, porém está quase todo baseado em papel e processos manuais, o que ocasiona ineficiência e desperdício de recursos públicos. Assim, há oportunidade para automatizar processos dos municípios brasileiros, melhorando a eficiência, e servindo de modelo para o setor privado e outros países.

## **Premiações e reconhecimento externo**

2016: Startup de Impacto Social Destaque, pelo programa Inovativa do MDIC (Ministério de Desenvolvimento Indústria e Comércio). Seleccionada para o FBStart (programa global de aceleração do Facebook). Acelerada pelo Darwin Starter. Incubado no MIDITEC, com gestão da Associação Catarinense de Tecnologia (ACATE) e SEBRAE.

2018: Eleita uma das 100 Startups para ficar de Olho em 2018, pela revista Pequenas Empresas Grandes Negócios e Jornal Valor Econômico. Incubada na Eretz.Bio do Hospital Albert Einstein. Seleccionada no programa 100% Saúde, uma parceria da IBM com a Prefeitura de São Paulo.

## **Produto e serviços**

Aplicativo Android para Agentes de Saúde: Coleta das informações de saúde exigidas pelo Ministério da Saúde, funções próprias de gerenciamento das atividades e algoritmos de seleção de prioridade. Conta também com lista de medicamentos da Anvisa, Cartão de Vacina, formulários dinâmicos, registro de ocorrências, captura de foto, GPS e assinatura digital. Funcionamento off-line.

Módulo de gestão: controle da produtividade dos Agentes de Saúde, Controle de todas as informações da população, com relatórios dinâmicos, exportações, integração com sistemas terceiros, analytics e mapas inteligentes.

## **Estágio atual da solução**

Presentes em mais de 2.900 cidades com pelo menos um profissional de saúde utilizando a solução em seu formato gratuito. Contratos fechados com mais de dez municípios em oito diferentes estados.

### **5.1.2. Pickcells**

#### **Caracterização da empresa**

A PickCells se apresenta como uma empresa que usa a tecnologia para facilitar e reduzir os custos de exames laboratoriais. Sua solução consiste em hardware e software para detectar

padrões em exames de microscopia realizados pelos laboratórios, sendo o foco atual a automatização de exames parasitológicos.

Fazendo uso de Inteligência Artificial própria, na forma de um algoritmo de Visão Computacional, a solução permite que os profissionais responsáveis pela análise de amostras recebam diretamente na tela do computador ou no smartphone imagens com a marcação dos padrões desejados, sem que tenham que procurá-los através do microscópio, como tradicionalmente é feito. Para apoiar o desenvolvimento da automatização do exame de parasitologia e definição dos padrões do exame, a empresa realizou parcerias com o Laboratório Central de Saúde Pública de Pernambuco (LACEN-PE) e com o Laboratório Sabin.

### **Breve histórico**

A empresa foi fundada em 2014, com origem na dissertação de mestrado de um dos empreendedores. Sua solução, desenvolvida ao longo dos últimos 4 anos, encontra-se na terceira versão e hoje está centrada na identificação de ovos causador da esquistossomose.

### **Problema que pretende resolver**

A PickCells alinha-se com os Objetivos do Desenvolvimento do Milênio da ONU, que tem como uma das metas erradicar doenças tropicais negligenciadas até 2030.

A empresa definiu três problemas que pretende atacar:

- Diagnósticos demorados e com erros de interpretação;
- Baixo acesso da população aos exames;
- Quantidade significativa de doenças negligenciadas.

Os exames parasitológicos empregam o método tradicional de busca visual de parasitas através do microscópio. A solução da empresa provê um exame automatizado e altos índices de acerto diagnóstico, o que traria benefícios para os laboratórios de análises clínicas e patológicas e também para a população em geral, dada a velocidade, redução de custos e confiabilidade.

### **Premiações e reconhecimento externo**

2017: Eleita uma das 100 melhores startups pelo 100 Open Startups.

2017: Selecionada para o Programa de Aceleração da Artemisia Lab Saúde e Bem-Estar 2017 (prêmio de startup destaque de impacto social).

2017: Inovativa Brasil (prêmio de melhor startup de saúde e de impacto social).

## **Produto e serviços**

A solução da PickCells é voltada para a automação de exames de microscopia por meio da identificação de padrões com o uso de Visão Computacional, uma técnica de IA. Funciona com um equipamento que captura as imagens das lâminas das amostras, envia as mesmas para a nuvem, onde o algoritmo identifica, marca e quantifica o padrão que está sendo procurado pelo profissional. Os resultados são então mostrados no computador ou smartphone para que o profissional o valide. No caso da aplicação em exames parasitológicos voltados ao diagnóstico de esquistossomose, o sistema é capaz de realizar a contagem dos ovos do helminto *Shistosoma Mansoni* e entregar o valor total dos ovos encontrados, sem a intervenção humana. A empresa assevera que o grau de acerto atual de seu algoritmo é da ordem de 94%.

## **Estágio atual da solução**

A solução se encontra em estágio de protótipo.

### **5.1.3. Sumá**

#### **Resumo da empresa**

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

#### **Caracterização da empresa**

O Sumá é um negócio de impacto que busca a desintermediação da cadeia de alimentos e o empoderamento dos agricultores familiares, elos mais frágeis dessa cadeia. Os diferenciais do Sumá estão em unir em uma mesma plataforma informações do campo, tais como a sazonalidade e disponibilidade para nutricionistas e compradores que elaboram cardápios e efetuam pedidos. A inovação está na qualificação do agricultor e na comunicação direta deste com o comprador, como um programa de qualificação de fornecedores na agricultura de pequena escala. Além disso, é realizada em caráter permanente a análise de cenários de

desintermediação como uma tendência de negócios viabilizada pelas novas tecnologias, que traz consigo oportunidades, riscos e ameaças que devem ser compreendidas pelas organizações. Em razão desse escopo abrangente de suas funcionalidades, o Sumá pode ser considerado a única solução disponível que integra de ponta a ponta a cadeia B2B de alimentos.

## **Breve histórico**

Em 2013, os empreendedores vislumbraram a possibilidade de desenvolver um sistema de qualificação de fornecedores para a alimentação institucional, amparado por legislações que obrigam a compra de 30% de alimentos provenientes da agricultura familiar. Contudo, aprenderam que o ciclo de vendas para o mercado governamental é muito longo e não iria sustentar financeiramente o impacto que gostariam de gerar nas comunidades rurais. Dessa forma, pesquisaram se os mercados privados possuíam as mesmas necessidades em termos de alimentos frescos, saudáveis e seguros. A hipótese foi validada e assim surgiu o Sumá, com intuito de, através de uma curadoria, conectar diretamente quem planta com quem compra alimentos de forma regular, como restaurantes, hotéis, refeitórios industriais e outros.

## **Premiações e reconhecimento externo**

2015: Contemplado na Chamada Pública FAPESC/FINEP/TECNOVA. Selecionado para o Programa Sinapse da Inovação/Santa Catarina.

2016: Finalista do Social Good Brasil Lab 2016. Finalista do segundo ciclo 2016 do InovAtiva Brasil.

2017: Selecionado para o Programa de Aceleração da Artemisia, além de ter participado do Programa de Negócios de Impacto Social do SEBRAE/SC.

2018: Eleito uma das 100 Startups para ficar de Olho em 2018, pela revista Pequenas Empresas Grandes Negócios e Jornal Valor Econômico.

## **Problema que pretende resolver**

Segundo o Censo Agropecuário (2006), existem cerca de 5 milhões de agricultores familiares no Brasil. Essas famílias são responsáveis pela produção de 70% dos alimentos consumidos no país. Contudo, compõem o elo mais frágil da cadeia agroalimentar, pois muitos desses agricultores foram apoiados para produzir, mas não para desenvolverem seu modelo de comercialização. Esse cenário impacta na dificuldade em manter o jovem no campo, com baixos índices de sucessão familiar, devido a um trabalho mal remunerado e com poucas perspectivas

de futuro. Do outro lado da cadeia, os compradores de alimentos, tais como hotéis, restaurantes e refeitórios, representados por associações como Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), constituem um relevante mercado. Esses clientes adquirem seus produtos na cadeia convencional, com alimentos de qualidade muitas vezes inferior e com preços superiores, devido as margens agregadas dos intermediários entre quem planta e quem compra. O Sumá busca aproximar esses elos, encurtando a cadeia, de forma a remunerar melhor e garantindo maior qualidade do alimento.

## **Produtos e Serviços**

A plataforma está estruturada em três módulos:

**Módulo de Avaliação e Qualificação do Agricultor Familiar:** A família rural se cadastra e requisita uma visita na propriedade para ser avaliada e comercializar seus produtos no sistema. O resultado define em que nível de atendimento de mercados a família se encontra. A qualificação, um conjunto de instruções de gestão e marketing, complementam o módulo. Os agricultores familiares são o primeiro elo de um modelo de consumo de alimentos, em que informações de mercado são retidas nos elos responsáveis pela distribuição, e desconhecem o cálculo do custo de produção e vendem para intermediários por preços bastante inferiores aos pagos pelos consumidores finais. O Módulo Avaliação e Qualificação contempla o treinamento dos agricultores em comercialização, uma lacuna das assistências técnicas tradicionais.

**Módulo de Comercialização e Logística da Agricultura Familiar:** contempla o encontro entre a vitrine das famílias qualificadas com os compradores, que elaboram um pedido de compra programada com entrega fracionada. As entregas podem ser realizadas pelos próprios agricultores e suas cooperativas ou por terceiros. Os pagamentos são feitos via Sumá. Este módulo permite que o agricultor familiar venda seu produto diretamente para o comprador, ou seja, a renda do produtor é incrementada e o comprador paga menos por um produto mais fresco e com história, devido a redução das margens e intermediários da cadeia tradicional. No cenário convencional, o agricultor não tem acesso a informações para negociar diretamente com quem compra e consome os alimentos, e o clientes se relacionam com distribuidores pois não tem acesso a quem produz no campo.

**Módulo de Agrodatta Analytics:** Consiste na coleta de informações sobre a agricultura familiar e seus padrões de produção para a realização de um mapa da disponibilidade de produtos, sazonalidade, preços e variáveis que influenciam no mercado da produção familiar territorial. O

principal problema que este módulo resolve é a necessidade de agrupar diversas famílias e suas produções para alcançar o volume necessário para compor os pedidos dos clientes. Além disso, com base nas demandas locais e saturação geográfica de oferta e demanda, o agricultor terá a visão de quais produtos possuem maior demanda, podendo assim, tomar uma decisão mais acertada do que plantar, bem como no auxílio da precificação com base nos valores locais.

### **Estágio atual da solução**

Foram realizadas comercializações diretas entre agricultores e restaurantes com a intermediação da plataforma. Em julho de 2017, havia um produto minimamente viável (MVP) em andamento para validação de hipóteses. Em setembro de 2017, foi lançada a plataforma Sumá. A base inicial do Sumá era de 08 famílias e 03 compradores. Em dezembro, havia uma base de 1292 famílias e 28 compradores.

#### **5.1.4. Polen**

##### **Caracterização da empresa**

A Polen é uma startup fundada a partir da experiência de um dos sócios-fundadores na gerência de meio ambiente da FIRJAN e no CEBDS desenvolvendo estratégias de sustentabilidade para empresas. Atua no mercado por meio de:

- Marketplace online dedicado à comercialização de resíduos, materiais secundários e coprodutos.
- Selo de certificação baseado em blockchain para certificação de processos de logística reversa. A implementação de processos de logística reversa é obrigação legal de empresas fabricantes de produtos embalado e é feita, atualmente, via a comercialização de notas fiscais de venda de materiais recicláveis a indústrias recicladoras. O software transforma essas notas fiscais em tokens criptográficos digitais, únicos e fungíveis que podem ser comprados via a plataforma online e utilizados como comprovação do cumprimento da legislação, aumentando muito a segurança e rastreabilidade desse processo que sofre com problemas de duplo gasto e fraude.

## **Breve histórico**

No final de 2017, a empresa recebeu investimento anjo no valor total de R\$ 600 mil via contratos de mútuos conversíveis. Em 2018, foram assinados contratos no valor de R\$100 mil, com faturamento de aproximadamente R\$ 6.000,00 em 2018 e o restante a receber em 2019.

Em 2019, foram transacionadas mais de 3000 toneladas de resíduos, a logística reversa foi certificada e foram recicladas mais de 130 toneladas de resíduos.

## **Problema que pretende resolver**

A empresa pretende transformar a forma como as empresas lidam com seus resíduos. Através da plataforma, conectam-se empresas que geram resíduos com empresas que os utilizam como matéria-prima. Assim, custo de destinação gera receita e os resíduos são transformados em matéria-prima de origem sustentável e de baixo custo. Também pretende contribuir para tornar fácil e lucrativa a adesão de empresas à economia circular.

## **Premiações e reconhecimento externo**

Foi selecionada entre as dez startups mais inovadoras na categoria Environment no Ranking 100 Open Startups 2018.

## **Produto e serviços**

- Marketplace B2B de resíduos

Através desta plataforma empresas transformam custos de destinação de resíduos em receita, enquanto recicladores e outras empresas que utilizam resíduos como matéria-prima tem acesso a ofertas constantes e qualificadas de material sustentável e de baixo custo. Usuários podem cadastrar os resíduos gerados pela sua empresa ou os resíduos que desejam adquirir. A plataforma promove o encontro entre oferta e demanda e permite que a negociações sejam feitas em ambiente seguro com a possibilidade de envio de arquivos e propostas comerciais.

A Polen oferece: segurança na transação, onde o fornecedor só recebe após o comprador confirmar que o material foi entregue nas condições negociadas.; relatórios de sustentabilidade com padrão aceito internacionalmente (Global Reporting Initiative) detalhando como as



transações feitas na plataforma contribuíram para a redução de custos de destinação, emissão de gases do efeito estufa e desvio de resíduos de aterros sanitários.

A base de usuários tem crescido e têm sido consolidadas parcerias com associações de classe do setor industrial como como Associação Brasileira da Indústria do Plástico (ABIPLAST), o que aumenta a capilaridade da solução. Hoje, conta com aproximadamente 1200 empresas cadastradas no marketplace, incluindo grandes empresas.

- Selo de certificação de logística reversa baseado em blockchain

A Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei 12.305/10) faz com que a comprovação da realização da logística reversa se torne obrigatória para empresas fabricantes e importadores de embalagens e produtos embalados. Esta comprovação é feita através de um sistema de compensação, similar ao de créditos de carbono, onde fabricantes remuneram empresas que fazem a coleta e triagem de resíduos pós-consumo (operadores de logística reversa) pelo volume vendido à indústria da reciclagem. As notas fiscais destas vendas servem como comprovação legal do processo de reciclagem.

Os operadores de logística reversa cadastrados fazem o upload destas notas fiscais na plataforma, o sistema lê as informações nelas contidas e cria uma quantidade equivalente de tokens criptográficos em uma blockchain. Estes tokens são impossíveis de serem duplicados e rastreáveis. Podem ser comprados via a plataforma online e utilizados como comprovação do cumprimento da legislação, aumentando a segurança e transparência desse processo. As empresas que realizam a logística reversa podem imprimir o Selo Polen em seus rótulos. O Selo é um QR Code que leva a um site onde consumidores podem encontrar detalhes sobre a logística reversa da empresa certificada e escolher consumir de empresas que assumem suas responsabilidades ambientais.

### **Estágio atual da solução**

O marketplace de comercialização de resíduos foi validado e lançado no mercado. Conta com aproximadamente 1200 empresas cadastradas e média de 130 novos cadastros por mês.

Em relação à plataforma de certificação de logística reversa, o principal desafio é a estratégia de entrada no mercado. A primeira versão do produto foi lançada e foram realizadas as primeiras vendas, validando a demanda do mercado.

## 6. Discussão

Conforme contextualizado no documento “Inovação em Modelos de Negócio de Impacto: Um guia prático para conciliar receita e impacto” (ICE, 2019) as soluções disponíveis atualmente são insuficientes para melhorar indicadores socioambientais, considerando a ampliação da demanda e da expectativa da sociedade em relação aos seus direitos básicos. Uma das hipóteses que se apresenta nesse cenário é a busca por soluções mais inovadoras e escaláveis.

Nas startups estudadas, foram encontrados modelos de negócios desenhados para resolver problemas sociais e que combinam a busca tanto por sustentabilidade financeira quanto por atendimento em escala. Nelas, foi identificada a tecnologia como elemento em comum que permite que seja alcançada a escalabilidade da solução.

No caso da epHealth, a proposta de valor do negócio está na redução do custo e desperdício, assim como aumento da eficiência do sistema de saúde preventiva no Brasil. Com a população conectada e informações integradas, é possível prever e identificar áreas de risco e epidemias e as correlações em big data e machine learning também podem gerar subsídios para análises preditivas. A solução é replicável e permite que se alcance o maior número de localidades possíveis, mantendo uma equipe enxuta. Ainda que a inovação seja incremental, empresa validou sua solução em campo e possui parceria estratégica com o Hospital Albert Einstein, sendo o potencial de crescimento grande. Já a Pickcells fornece uma solução que usa a tecnologia para facilitar e diminuir os custos de exames laboratoriais. É utilizado um equipamento portátil com foco em diagnóstico de doenças negligenciadas. Desse modo, é possível atingir um grande número de pessoas por meio da telemedicina.

Outro ponto identificado foi a desintermediação para o alcance da escalabilidade. A possibilidade de desintermediação é uma tendência de negócios viabilizada pelas novas tecnologias.

Nesse sentido, a proposta de valor do Sumá se concentra no encurtamento da cadeia entre o agricultor e o comprador, ao conectá-los diretamente por meio de uma plataforma web ou mobile. Sua tese de investimento está baseada no aprimoramento da plataforma para que, por meio de funcionalidades que contenham inteligência artificial, possa atender um maior número de agricultores, com menor custo de visitas de campo. Assim como a Polen gera valor ao desintermediar o mercado de compra e venda de recicláveis. Ou seja, o uso de tecnologia permite eliminar intermediários e facilitar o acesso da solução pelo público-alvo.

Um ponto relevante a ser abordado é identificar quais são os mecanismos que podem permitir que tais negócios consigam propositalmente gerar um impacto social positivo. Para tanto, o guia desenvolvido pelo ICE elenca quatro grupos de mecanismos de Receita com Impacto, entendidos como a dinâmica com a qual a organização interage com seus clientes e públicos impactados para a geração de resultados:

- Impacto no Cliente: gerado no cliente ou pelo cliente do negócio;
- Impacto na Cadeia: gerado em seus fornecedores, ou por meio deles, ou ainda dentro da própria empresa;
- Impacto como Serviço: gerado diretamente pelo produto ou serviço prestado, mas o cliente não é o público impactado nem o agente que gera o impacto;
- Impacto como Subsídio: O público ou foco do impacto não participa diretamente da cadeia de valor, sendo um ator externo ao fluxo comercial que o sustenta.

Nessa concepção é representado em que ponto da cadeia de valor do negócio se localiza o impacto a ser produzido, sendo que por cadeia de valor entende-se “o conjunto de atividades desempenhadas por uma organização, desde as relações com os fornecedores e ciclos de produção e de venda até a fase da distribuição final, para gerar valor para o seu cliente” (Porter, 1985).

No quadro a seguir observa-se que os casos estudados são negócios com múltiplos mecanismos de impacto (apenas o impacto como subsídio não foi identificado entre as startups estudadas).

**Quadro 3**

<b>Impacto Gerado</b>	<b>ePHealth</b>	<b>Pickcells</b>	<b>Polen</b>	<b>Sumá</b>
Impacto no Cliente	X	X	X	X
Impacto na Cadeia			X	X
Impacto como Serviço	X	X		
Impacto como Subsídio				

**Fonte: Elaborado pelo autor (2020)**

A elaboração de métricas para avaliação do impacto gerado é um desafio para os empreendedores sociais. Há diferentes abordagens sobre o tema, porém um aspecto essencial para a sua construção é a elaboração de indicadores sociais, definidos por Januzzi (2005) como:

“(…) medidas usadas para permitir a operacionalização de um conceito abstrato ou de uma demanda de interesse programático. Os indicadores apontam, indicam, aproximam e traduzem em termos operacionais as dimensões sociais de interesse definidas a partir de escolhas teóricas ou políticas realizadas anteriormente”.

Entre as startups avaliadas, verificou-se que esse é um tema a ser melhor estruturado pelos empreendedores, havendo, portanto, oportunidade para estudos futuros relacionados à construção de metodologias de avaliação de impacto social.

Além disso, foi identificada oportunidade de proposta de atuação da Finep no campo de negócios de impacto, já que em sua política operacional<sup>12</sup> não há menção a tal assunto. Para tanto, é relevante entender quais são os instrumentos financeiros disponíveis para apoio. O quadro 4, elaborado com base no documento “Olhares sobre a atuação do investimento social privado no campo de negócios de impacto” (Brettas, 2018), elenca os principais instrumentos existentes para apoio a negócios de impacto.

**Quadro 4: Instrumentos para apoio financeiro a negócios de impacto**

Modalidade	Mecanismo	Instrumento	Descrição
Doações	Doação	Doação	Doam-se recursos para uma empresa com o fim específico de serem empregados na consecução de seus objetivos
	Crowdfunding	Doação	Fomenta-se a doação coletiva a causas, produtos ou serviços de interesse público (em geral, realizada por meio de plataformas virtuais)
Garantias	Garantia	Aval ou fiança	Garante-se o pagamento de obrigação do negócio frente a terceiros
Financiamento	Dívida simples	Dívida	Emprestam-se recursos financeiros para o negócio
	Crowdlending	Dívida	Fomenta-se o empréstimo coletivo a negócios de impacto (em geral, realizado por meio de plataformas virtuais), suprimindo parte do capital (como financiador-âncora ou cofinanciador)
	Microcrédito	Dívida	Empréstimos de valores menores direcionados a públicos específicos (em geral, de baixa renda), que não costumam ter acesso às formas convencionais de crédito
Investimento	Crowdequity	Dívida conversível	Investimentos coletivos, em geral realizados por meio de plataformas virtuais; os investidores tornam-se cotistas dos negócios
	Dívida conversível	Dívida conversível	O investidor é credor e depois se torna sócio do negócio
	Venture capital	Cotista de fundo focado em impacto	Investimentos de risco, normalmente em iniciativas que já têm um faturamento expressivo, com o objetivo de impulsionar um salto de crescimento do negócio (o dinheiro é emprestado e só retorna se der lucro ou por evento de liquidez)

Fonte: Adaptado de Brettas (2018)

<sup>12</sup> <http://www.finep.gov.br/afinep/15-politica-operacional>

Em se tratando de empresas nascentes de base tecnológica, uma modalidade passível de ser utilizada é a de investimento, via dívida conversível. Tal instrumento vem sendo utilizado no Programa Finep Startup, desde 2017. Nele, conforme informado no site da empresa, o objetivo é apoiar a inovação em empresas nascentes intensivas em conhecimento, cobrindo o gap de apoio e financiamento existente entre aportes feitos por programas de aceleração, investidores-anjo, crowdfunding e aportes feitos por fundos de seed money e venture capital.

Considerando a experiência acumulada pela Finep com a execução de tal ação, propõe-se a criação de um programa de investimento com foco em negócios de impacto, via edital de seleção pública e com apoio financeiro por meio de celebração de um contrato de opção de subscrição de participação no capital social da empresa selecionada.

Conforme explicitado anteriormente, a avaliação do impacto social gerado pela empresa é um assunto desafiador. Assim, entende-se que o tema poderia ser incluído tanto nos critérios de seleção do edital quanto no processo de acompanhamento das empresas investidas - o que demandaria capacitação de funcionários da Finep para que pudessem dar suporte às empresas para a medição do impacto gerado.

## **7.Considerações Finais**

No estudo, foi verificado que startups caracterizadas como negócio de impacto possuem capacidade para, por meio do uso de tecnologia, atingir escala quantitativa, alcançando um grande número de pessoas em diferentes locais.

Assim, o fomento de empreendimentos capazes de operar de maneira financeiramente sustentável e concomitantemente solucionar desafios socioambientais é recomendável como tema para atuação da Finep, de modo que esse estudo pode auxiliar na discussão.

## **Referências bibliográficas**

100 Open Startups. Disponível em: <<https://www.openstartups.net/site/>>. Acesso em: 22 nov. 2019.

Alter, K. (2007). Social Enterprise Typology, Virtue Ventures LLC.

Bignetti, L. P. (2011). As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 47, n. 1, pp. 3-14. Disponível em: <[http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias\\_sociais/article/view/1040/235](http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/1040/235)>. doi: 10.4013/csu.2011.47.1.01. Acesso em: 05 Nov. 2017.

Brettas, G. (2018). Olhares sobre a atuação do investimento social privado no campo de negócios de impacto. *Temas do Investimento Social Privado*; v. 2.

Decreto n. 9.244, de 19 de dezembro de 2017. Institui a Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto e cria o Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9244.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9244.htm).

Comini, G. M. (2016). *Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras* (Tese de Livre-Docência). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

Commons, S. (2015). *Startup key stages*.

Dagnino, R., Brandão, F.C. & Novaes, H.T. (2004). Sobre o marco analítico-conceitual da tecnologia social. In A. Lassance Junior, C.J. Mello, E.J.S. Barbosa, F.A. Jardim, F.C. Brandão, & H.T. Novaes (Orgs.), *Tecnologia social: uma estratégia para o desenvolvimento* (Cap. 1, pp.15-64). Rio de Janeiro: Fundação Banco do Brasil.

Dees, J. G. (2001). *The Meaning Social Entrepreneur*. Durham, NC: Duke University.

Força Tarefa de Finanças Sociais (2015). *Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil*. Disponível em: <[http://forcatarefafinancassociais.org.br/wp-content/uploads/2015/10/Carta\\_Principios.pdf](http://forcatarefafinancassociais.org.br/wp-content/uploads/2015/10/Carta_Principios.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2017.

Fórum de Finanças Sociais e Negócios de Impacto. Disponível em: <<https://www.investirparatransformar.org.br/index.html>>. Acesso em: 01 jun. 2018.

Freeman, C. (1995). The 'National System of Innovation' in historical perspective. *Cambridge Journal of Economics*, v 19, n. 1, pp. 5-24.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2018). Empreendedorismo no Brasil. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em 13 mar. 2020.

Global Impact Investment Network (2017). Annual Impact Investor Survey. Disponível em: [https://thegiin.org/assets/GIIN\\_AnnualImpactInvestorSurvey\\_2017\\_Web\\_Final.pdf](https://thegiin.org/assets/GIIN_AnnualImpactInvestorSurvey_2017_Web_Final.pdf). Acesso em: 16 jun. 2018.

ICE (27 de Junho de 2019). Inovação em Modelos de Negócio de Impacto: Um guia prático para conciliar receita e impacto. Disponível em: <http://ice.org.br/inovacao-em-modelos-de-negocio-de-impacto-um-guia-pratico-para-conciliar-receita-e-impacto/>.

Januzzi, P. M. (2005). Indicadores para Diagnóstico, Monitoramento e Avaliação de Programas Sociais no Brasil. Revista do Serviço Público, v. 56, n. 2, pp. 137-160. [doi.org/10.21874/rsp.v56i2.222](https://doi.org/10.21874/rsp.v56i2.222).

LAVCA. Panorama do setor de investimento de impacto na América Latina - Resultados de mercado 2014-2015 - Foco especial no Brasil, Colômbia e México (agosto 2016). Disponível em: [https://cdn.ymaws.com/www.andeglobal.org/resource/resmgr/docs/LatAm\\_Implnv\\_Report\\_-\\_Portug.pdf](https://cdn.ymaws.com/www.andeglobal.org/resource/resmgr/docs/LatAm_Implnv_Report_-_Portug.pdf). Acesso em: 05 nov. 2017.

Limeira, T. M. V. (2015). Empreendedorismo Social no Brasil: Estado da Arte e Desafios. Disponível em: <http://ice.org.br/empreendedorismo-social-no-brasil-estado-da-arte-e-desafios/>.

Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. Harvard business review, v. 71, n. 3, pp. 75-86.

Moulaert, F., Martinelli, F., Gonzáles, S. & Swyngedouw, E. (2007). Introduction: Social Innovation and Governance in European Cities. European Urban and Regional Studies, v.14, n. 3, pp. 195-209. [doi.org/10.1177/0969776407077737](https://doi.org/10.1177/0969776407077737)

Mulgan, G., Tucker, S. & Sanders, B. (2007). Social Innovation: What It Is, Why It Matters and How It Can Be Accelerated. Skoll Centre for Social Entrepreneurship. Disponível em: [www.youngfoundation.org](http://www.youngfoundation.org). Acesso em: 10 nov. 2017.

Murray, R., Caulier-Grice, J. & Mulgan, G. (2010). The Open Book of Social Innovation. NESTA / The Young Foundation. Recuperado de <[www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the\\_open\\_book\\_of\\_social\\_innovation](http://www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the_open_book_of_social_innovation)>. Acesso em: 18 out. 2017.

Página 22. A lógica de somar: Investimentos e Negócios de Impacto vêm aliar lucro e propósito. Disponível em: <<https://pagina22.com.br/2019/05/14/pdf-da-edicao-109/>>. Acesso em: 13 jun. 2019.

Pequenas Empresas & Grandes Negócios. A lógica de somar: Investimentos e Negócios de Impacto vêm aliar lucro e propósito. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2020/02/estas-10-startups-brasileiras-estao-aos-poucos-mudando-o-pais-para-melhor.html>. Acesso em: 03 mar. 2020.

Phills Jr. J.A., Deiglmeier, K. & Miller, D.T. (2008). Rediscovering Social Innovation. Stanford Social Innovation Review.

Pipe Social. 1º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental. Disponível em: <<http://pipe.social/mapa2017>>. Acesso em: 09 nov. 2017.

Porter, M. (1985). Competitive advantage, creating and sustaining superior performance. New York, The Free Press, Macmillan.

Prahalad, C. K. (2009). A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro. 2 ed. Porto Alegre: Bookman

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Acompanhando a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <[www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/library/ods/acompanhando-a-agenda-2030.html](http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/library/ods/acompanhando-a-agenda-2030.html)>. Acesso em: 05 out 2017.

SEBRAE (2018). Gestão do conhecimento no ecossistema de Negócios de Impacto no Brasil.

Silveira, F. F. & Turri, N, S. (2015). Inovação Social: Um estudo Bibliométrico Identificando Principais Temas, Autores, Citações e Cocitações ao longo de 20 anos. In: Anais do XXXIX EnANPAD 2015, Belo Horizonte.



THE ROCKEFELLER FOUNDATION. Innovative finance. Disponível em: <[www.rockefellerfoundation.org/our-work/initiatives/innovative-finance/](http://www.rockefellerfoundation.org/our-work/initiatives/innovative-finance/)>. Acesso em: 15 mar. 2018.

Uvin, P. (1995). Fighting Hunger at the Grassroots: Paths to Scaling Up. *World Development*, v. 23, n. 6, pp. 927-939.

Valor Econômico (6 de junho de 2018). Vox Capital tem lucro de 26% ao ano com negócio de impacto. Disponível em: <[www.valor.com.br/financas/5572647/vox-capital-tem-lucro-de-26-ao-ano-com-negocio-de-impacto](http://www.valor.com.br/financas/5572647/vox-capital-tem-lucro-de-26-ao-ano-com-negocio-de-impacto)>. Acesso em 08 jun. 2018.

Yin, R. K. (2015). *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.

YUNUS BRASIL. O que são negócios sociais? Disponível em: <[www.yunusnegociossociais.com/o-que-so-negcios-sociais](http://www.yunusnegociossociais.com/o-que-so-negcios-sociais)>. Acesso em: 01 jun. 2018.