

**MAPEAMENTO DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL E ORGANIZAÇÕES  
CONGÊNERES NO BRASIL**

**Autor:** Caio Sousa da Silva

**Orientador:** Prof. Dr. Edson Sadao Iizuka

**Instituição de Ensino:** Centro Universitário FEI

**Curso:** Administração de Empresas

## RESUMO

Tendo em vista a dificuldade no acesso às informações sobre organizações brasileiras que têm produzido impacto social e ambiental positivos ao mesmo tempo em que demonstram viabilidade financeira, este estudo teve como objetivo desenvolver um mapeamento de negócios de impacto social no Brasil para criação de um banco de dados e, em seguida, analisar as empresas encontradas. Trata-se de uma pesquisa exploratória, na qual se pretendeu identificar os atores deste campo de atividades que contribuem para a melhoria social e, em alguns casos, ambiental, especificamente os seguintes tipos organizacionais: Negócios de Impacto Social, Negócios Inclusivos, Negócios com foco na Base da Pirâmide, B-Corp, Cooperativas, Incubadoras, Aceleradores e fundos de investimento (dedicados aos negócios de impacto social). Utilizou-se uma metodologia mista, ou seja, qualitativa na análise das informações obtidas por meio da criação do banco de dados e no mapeamento das empresas e quantitativa na elaboração das estatísticas descritivas. Investigaram-se características tais como: setores de atuação; serviços/produtos ofertados; região de atuação; distribuição por estados, posicionamento em relação ao lucro, CNPJ, sites/redes sociais, entre outras informações. Após o cruzamento de banco de dados existentes e de um levantamento sistemático chegou-se a um conjunto de 200 negócios de impacto social espalhados pelo Brasil e 23 empresas aceleradoras/investidoras. A concentração dos negócios de impacto social está apontada na região sudeste (75,5% do total de empresas); a maior parte dos negócios de impacto social brasileiros foram criados a partir dos anos 2011 em diante, ou seja, essas empresas encontram-se num estágio inicial de negócios, algumas das quais são startups. Em relação aos tipos de negócios foram encontradas: 6 Empresas Cooperativas (3%); 13 Empresas Base da Pirâmide (6,5%); 17 Negócios Inclusivos (8,5%); 3 Empresas do Modelo B Corp (1,5%) e 161 Negócios de Impacto Social (80,5%). Do total de 200 negócios encontrados, 92% não possui restrição na distribuição de lucros. A literatura acadêmica indica a necessidade de pesquisas com mais casos e exemplos concretos de negócios de impacto social. Portanto, ter uma base de dados empírica permite aos pesquisadores informações relevantes para o desenvolvimento de novos TCC's, dissertações e até mesmo teses sobre a temática.

**Palavras-chave:** Negócios de impacto social. Negócios sociais. Mapeamento.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>4</b>
<b>2 OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>5</b>
2.1 OBJETIVO GERAL.....	5
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
<b>3 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>6</b>
3.1 LITERATURA SOBRE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL.....	6
3.2. DEFINIÇÕES ACERCA DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL.....	8
<b>4 METODOLOGIA.....</b>	<b>11</b>
4.1 LOCALIZAÇÃO DOS BANCOS DE DADOS EXISTENTES.....	12
4.1.1 ARTEMISIA.....	12
4.1.2 PROJETO BRASIL 27.....	12
4.1.3 PRÊMIO EMPREENDEDOR SOCIAL.....	13
4.2 MONTAGEM DO BANCO DE DADOS EM EXCEL (SISTEMATIZAÇÃO).....	13
4.3 BUSCA DE INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES SOBRE OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL (MÉTODO BOLA DE NEVE).....	14
4.4 CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS (TIPOS DE NEGÓCIOS E POSICIONAMENTO EM RELAÇÃO AO LUCRO).....	15
4.5 ELABORAÇÃO DAS ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	15
<b>5 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>16</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>22</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>24</b>
<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO UTILIZADO PARA ENVIO AOS EMPRESÁRIOS.....</b>	<b>27</b>
<b>ANEXO A - RESUMO DAS RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO NO GOOGLE FORMS.....</b>	<b>28</b>
<b>ANEXO B - TABELAS DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL ENCONTRADOS.....</b>	<b>29</b>

## 1 INTRODUÇÃO

As organizações são divididas entre os setores de empresas privadas, do setor público e as empresas caracterizadas como sociedade civil (associações e entidades sem fins lucrativos). Alguns fatores podem ser responsáveis por mudanças na caracterização das empresas nesses setores, principalmente em relação ao papel que uma organização desempenha numa sociedade e na legislação que ela se encaixa. Um exemplo é o surgimento dos Negócios de Impacto Social, são empresas que podem incorporar diferentes características organizacionais do setor privado e da sociedade civil (BATTILANA al., 2015).

Nos últimos anos, os negócios de impacto social têm despertado o interesse de pesquisadores e profissionais em diferentes ambientes acadêmicos ou mesmo no campo executivo. Nesse contexto, há os que têm se dedicado a entender o conceito por intermédio de teorias consagradas da Economia, Sociologia, Teoria das Organizações, entre outras, assim como aqueles que têm se esforçado a analisar o fenômeno sob o prisma empírico, ou seja, a partir de observações, questionamentos e compreensões sobre as práticas (IIZUKA; SOUSA, 2014).

Comini, Barki e Aguiar (2012) analisaram os Negócios Sociais a partir de três perspectivas. Primeiro pela perspectiva europeia na qual apresenta conflitos na busca entre os resultados lucrativos e os sociais, e mostra que os Negócios Sociais devem ser classificados como uma empresa que defende o caráter coletivo e associativo das organizações nesse campo de estudo. Por outro lado, a escola norte-americana crê que os Negócios Sociais incluem-se na visão das empresas modelo B-Corp, e também das empresas na base da pirâmide, todas elas admitindo a distribuição de dinheiro aos sócios. E, finalmente, pela perspectiva dos países em desenvolvimento (emergentes) no qual os Negócios Sociais podem incluir uma parcela da população mais pobre e excluída.

Existem outros enfoques teóricos para os Negócios Sociais. O ganhador do Prêmio Nobel da Paz de 2006, Muhamad Yunus, entende que essas empresas devem ser criadas com uma missão social ou ambiental, e que os proprietários apenas devem receber o retorno do valor investido, deixando o lucro excedente para o crescimento da própria organização e da comunidade inserida. Por outro lado, a visão norte-americana define os Negócios Sociais como empresas que devem visar o lucro e ao mesmo tempo impactar a sociedade de alguma forma, para eles a distribuição do lucro faz parte do sucesso, os autores citados abaixo demonstram essa perspectiva (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN, 2012).

Muito embora se reconheça que exista um debate em construção nesta temática, deve-se considerar, ao mesmo tempo, que se trata de um assunto que vem conquistando espaço na agenda de diversos pesquisadores e até mesmo de profissionais dedicados à criação de novas empresas, produtos ou serviços em distintos contextos e ambientes organizacionais. Além disso, parece haver uma busca, pelos pesquisadores, por um caminho teórico mais sólido e robusto (IIZUKA; SOUSA, 2014). Outra corrente, representada por Stuart Hart e Michael Chu, professores estudiosos do tema das Universidades de Cornell e Harvard, nos Estados Unidos, defende a distribuição de lucro por entender que isso possibilita atrair mais investidores e permite a criação de novos negócios na velocidade necessária para superar os desafios sociais existentes no mundo (IIZUKA et al, 2014).

Verifica-se que a tentativa de integrar os objetivos sociais e econômicos, estão na essência da criação dos NIS, e essa mesma tentativa pode implicar divergências entre interesses das partes envolvidas, ou seja, como os sócios e investidores esperam que seja a trajetória financeira e social da organização (GRASSL, 2012).

Independente das linhas teóricas já estudadas sobre a temática, os pesquisadores nacionais e internacionais são praticamente unânimes em apontar para a necessidade de pesquisas empíricas

sobre os negócios de impacto social, ou seja, com estudos de casos que contribuam para o avanço teórico.

Como se trata de uma temática em construção, esta pesquisa não teve como objetivo determinar uma expressão “correta” para os negócios de impacto social; ao contrário disso, buscou-se apresentar as terminologias mais utilizadas pelo meio acadêmico e também pelos profissionais de mercado. Nesse sentido, diversos autores usam terminologias relacionadas que serão apresentados na revisão da literatura. Para fins de coerência no decorrer do estudo utilizou-se a terminologia “negócios de impacto social” ou simplesmente “NIS” (exceto nas citações literais de autores), pois pode ser considerada uma abordagem conciliatória e que, em boa medida, contempla as diferentes definições organizacionais para esse tipo de negócio.

Acredita-se que o trabalho seja relevante, sobretudo por se tratar de um campo de pesquisa recente e em construção. A ideia de trabalhar na localização, organização, sistematização e análise das informações sobre os NIS no Brasil surgiu a partir da agenda de pesquisa dos pesquisadores, ou seja, a necessidade de investigações sobre casos concretos de NIS.

Em complemento aos dados básicos de cada NIS – público-alvo, objetivos, setor de atuação, entre outros – buscou-se analisar o formato organizacional e a postura assumida por essas organizações em relação ao lucro (MARTINS, 2013).

Assim, trata-se de um esforço de pesquisa que partiu da própria literatura nacional e internacional sobre os NIS. Diante disso, considera-se que os resultados sejam relevantes, tanto aos pesquisadores, como também às pessoas que têm atuado com os NIS no país.

## **2 OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA**

A seguir estão detalhados os objetivos da pesquisa a sua justificativa.

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Realizar o mapeamento dos negócios de impacto social no Brasil e, em seguida, analisar essas organizações quanto ao seu modelo de negócio.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Localizar bancos de dados existentes sobre negócios de impacto social no Brasil;
- b) Checar a existência dos negócios de impacto social (utilizando-se de múltiplas fontes de evidência);
- c) Montar um banco de dados, articulando, sempre que possível, as bases de dados existentes e as informações primárias obtidas sobre negócios de impacto social;
- d) Obter as características (público-alvo, setores e região de atuação, distribuição por estados, entre outras informações que contribuam na caracterização dessas organizações);
- e) Classificar o tipo de negócio e seu posicionamento em relação à distribuição dos lucros, assim como em relação ao formato organizacional adotado;
- f) Analisar os dados referentes aos negócios de impacto social no Brasil.

O alcance do objetivo geral se insere no contexto do processo de devolutiva da pesquisa junto aos que participaram da pesquisa e também ao público interessado por essa temática. Trata-se de um compromisso ético do pesquisador e do orientador perante a comunidade acadêmica. Os objetivos específicos buscam contribuir com um conhecimento básico dos negócios de impacto social no Brasil. Além dos aspectos gerais sobre o tipo de atividade, o público-alvo, entre outros, destaca-se a busca

por uma classificação sobre o tipo de organização localizada, ou seja, negócio inclusivo, B-corp, negócio com foco na base da pirâmide e negócios de impacto social. Portanto, o alcance dos objetivos tende a contribuir com os pesquisadores do campo, assim como empreendedores e até mesmo financiadores e apoiadores dos NIS.

O tema sobre os negócios de impacto social tem ganhado espaço em âmbito nacional e internacional, mas ainda não existe um grande número de pesquisas realizadas no Brasil que tratam da temática e das organizações presentes no país (TEODÓSIO; COMINI, 2012).

A pesquisa proposta se justifica na medida em que se busca avançar as pesquisas neste tema de maneira mais consistente, pois não existe, em princípio, compartilhamento de banco de dados sobre negócios de impacto social no Brasil.

Assim, acredita-se que fazer um balanço dos negócios de impacto social é algo necessário e, principalmente, útil em futuras pesquisas e publicações nessa temática e, por consequência, na produção científica brasileira.

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

Em função da limitação de espaço, será apresentada um resumo da revisão teórica.

#### 3.1 LITERATURA SOBRE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL

Os negócios de impacto social representam o equilíbrio entre objetivos sociais e a geração do lucro, diferente das ONG's, eles possuem total autonomia financeira. As empresas tradicionais têm como principal objetivo a maximização dos lucros dos sócios, ou seja, objetivos apenas financeiros (BARKI, 2015). O quadro 1 abaixo apresenta a diferença em relação aos impactos, investidores, público alvo e áreas de atuação dessas empresas:

Quadro 1 – Negócios tradicionais x negócios de impacto social

	<b>Negócios Tradicionais</b>	<b>Negócios de Impacto Social</b>
Os impactos	Partem do conceito do economista Milton Friedman, segundo o qual a única função social da empresa é gerar lucro para seus acionistas.	São empreendimentos que visam ser rentáveis e lucrativos, mas gerando impacto social e contribuindo para redução da pobreza.
Os investidores	Não levam em conta o impacto social. O foco é o modelo de negócio no qual maximize a sua rentabilidade.	O impacto social é importante na hora de escolher o projeto a ser financiado.
O público-alvo	Classes A, B e C. Nos últimos anos, a classe C tem sido um grande filão de mercado por conta do número de pessoas e do poder de consumo.	As faixas de renda mais baixas, também chamadas de base da pirâmide. Além da classe C-, as classes D e E.
As áreas de atuação	As startups brasileiras, em sua grande maioria, estão voltadas para produtos e serviços na área de tecnologia.	São poucos negócios de impacto social atuando no Brasil com tecnologias e comunicação (12% da amostra).

Fonte: Sebrae, 2012

Um das características que diferem os negócios de impacto social das organizações sem fins lucrativos é o fato de utilizarem métodos de mercado para construção de suas formas de rentabilidade financeira, não focadas em ações filantrópicas/doações vindas de outras empresas. Outra visão que

representa essa diferença é a motivação da criação dessas empresas, que já nascem com um objetivo claro em relação a comunidade, mercado e ambiente em que estão inseridas (BARKI, 2015).

Comini, Barki e Aguiar (2012) argumentaram que apesar de existirem empresas que se declaram como negócios de impacto social, o tema é relativamente novo e ainda com muitas informações e pesquisas a serem exploradas, conceito de negócios com impacto social não apresenta consenso a respeito desse fenômeno organizacional.

Considerando-se artigos de língua inglesa no campo dos negócios de impacto sociais, o autor Pless (2012) apresenta de forma objetiva os empreendedores sociais, cuja principal conclusão é a intenção central do empreendedor de negócios de impacto social no sentido de inovar e causar mudanças sociais, ou seja, tais empreendedores buscam soluções para problemas sociais que são, em geral, negligenciados pela sociedade.

Dacin M., Dacin P. e Tracey (2011) buscaram entender a teoria de Negócios Sociais a partir de esforços que tentam traçar o surgimento do empreendedorismo social e a comparação a outras atividades organizacionais, como o empreendedorismo convencional. Os autores afirmaram que existem várias oportunidades de avanços de pesquisa relacionadas ao tema (convencional, institucional, e cultural), sendo que os pesquisadores de empreendedorismo social podem encontrar informações valiosas, examinando lições de empreendedorismo convencional, institucional e cultural.

No entanto, como um campo emergente, os pesquisadores estão no meio de uma série de debates envolvendo a clareza das definições conceituais. Além disso, concluíram que existem várias teorias simplificadas e generalizadas sobre o tema, em que afirmam que existem várias oportunidades de pesquisas relacionadas a Negócios Sociais (DACIN, M.; DACIN, P.; TRACEY, 2011).

O ganhador do prêmio Nobel da Paz, Muhammad Yunus, destacou o papel dos Negócios Sociais e seu potencial de expansão por meio da educação. Yunus afirma que o objetivo da educação não é para ficar rico, mas sim para enriquecer a vida por ajudar o próximo e assim é possível reduzir a pobreza (KICKUL et al., 2012).

Yunus foi o precursor das experiências da Grammen Bank que é referência seminal em Negócios Sociais, pois foi o primeiro banco no mundo especializado em microcrédito, visando erradicar a pobreza, de tal forma a se apontar que os Negócios Sociais possuem um grande potencial de expansão mundial, na medida em que a pobreza existe em larga escala pelo mundo (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN, 2012).

Existem outras correntes teóricas sobre Negócios Sociais, Comini, Barki e Aguiar (2012) apresentaram exemplos reais e afirmaram que se devem aprofundar os Negócios Sociais no Brasil nas discussões conceituais e teóricas, mas também para experiências regionais ou até mesmo locais que promovem o empreendedorismo social. Esta proposição é particularmente relevante no contexto social e econômico brasileiro, com clara diversidade, dos segmentos de baixa renda da população nos últimos anos.

Considerando-se artigos de língua portuguesa no campo dos negócios de impacto sociais o autor Martins (2013) analisou o conceito e os objetivos dos Negócios de impacto social relacionando-os com a busca por desenvolvimento humano e erradicação da pobreza, observando-se como se combinam efetivamente com a maximização do lucro e a geração de impacto social.

Jappe (2013) identificou os fatores contributivos (como por exemplo, atender as necessidades da base da pirâmide) e limitadores (como, por exemplo, realizar de forma eficaz o controle e planejamento financeiro) para Negócios de impacto social nas regiões Sul e Sudeste do Brasil.

Gomes (2013, p.5), por sua vez, tratou sobre o perfil do empreendedor social na visão dos gestores da Artemísia em que: “(...) o empreendedorismo social muitas vezes sofre estigmas pelo

pouco conhecimento existente sobre o tema. É importante enfatizar que esse tipo de empreendedorismo não tem relação com caridade ou assistencialismo, mas deveria ter como ênfase a geração de valor para a sociedade”. Esse artigo teve como objetivo central analisar o perfil do empreendedor social na visão dos gestores de projetos da Artemísia. Assim, buscou-se a descrição das percepções de gestores sobre o perfil desejado do empreendedor social quando comparado ao perfil real trazendo um relato teórico que permeia as competências deste indivíduo.

Em específico, sobre o conhecimento empírico dos Negócios Sociais, pode-se destacar o estudo denominado “Mapeamento do Campo de Negócios Sociais / Negócios Inclusivos”, liderado pela empresa de pesquisa: Plano CDE (2010) em parceria com a Fundação AVINA, a Potencia Ventures e a Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE), mapeados Negócios Sociais e Inclusivos em todo o país, bem como organizações que apoiam o seu desenvolvimento.

Além disso, é importante esclarecer a forma híbrida de como uma organização se posiciona antes de classificar se é ou não um negócio de impacto social (BARKI, 2015). Essas empresas surgem como uma das possibilidades de evitar o capitalismo injusto e como qualquer negócio a combinação valor social x valor comercial não é simples, é preciso analisar os cenários presentes, obter uma estratégia de longo prazo, estabelecer os objetivos apropriados e gerir o negócio de forma autossustentável, alcançando os impactos sociais a que se propõem (BARKI, 2015).

Em suma, considera-se que aplicar essas ideias em prática gera uma visão otimista do mercado e podem influenciar as empresas tradicionais. No Brasil, já existem alguns exemplos bem sucedidos que geram impacto, e devem ser estudados por pesquisadores. Sendo assim, pode-se argumentar que o estudo se adequa às necessidades sociais e ambientais no momento em que se busca maximizar a busca por experiências concretas de NIS em território brasileiro.

### 3.2. DEFINIÇÕES ACERCA DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL

Os NIS são organizações que buscam, ao mesmo tempo, resultados econômico-financeiros, impacto social e ambiental positivos, ou seja, não se trata de uma empresa tradicional com responsabilidade social, pois sua missão está ligada essencialmente a geração de alguma forma de impacto positivo na sociedade (GOMES, 2013).

A quadro 2 abaixo apresenta a definição de algumas terminologias relacionadas aos negócios de impacto social:

Quadro 2 – Termos relacionados aos negócios de impacto social

<b>Termo</b>	<b>Definição</b>	<b>Principais Autores</b>
<b>Empresa Social</b>	É um negócio que visa, primariamente, a objetivos sociais e cujos excedentes são principalmente reinvestidos no próprio negócio ou em benefícios para a comunidade. São empreendimentos que utilizam mecanismos de mercado com a finalidade de minimizar desigualdades socioeconômicas.	GUTIÉRREZ; REFICCO; TRUJILLO, 2006; BORZAGA; DEPEDRI; GALERA, 2012
<b>Negócios Sociais</b>	Qualquer tipo de empreendimento social que visa atender um problema social. Tem como principal objetivo o impacto social e seu modelo de negócio é o motor para fomentá-lo. Para Yunus, todo lucro deve ser reinvestido no próprio negócio.	YUNUS; MOINGEON; LEHMANN, 2012.; BORZAGA; DEPEDRI; GALERA, 2012; DOHERTY et al, 2014
<b>Negócios Inclusivos</b>	Um Negócio Social pode ser considerado um negócio inclusivo quando se está focado em gerar emprego e renda para as pessoas pobres que vivem em áreas de risco social e ambiental.	TEODÓSIO; COMINI, 2012; GODÓI-DESOUZA; FISCHER, 2012



<b>Negócios com Impacto Social</b>	Modelo de organização híbrida que combina as competências do setor privado com os conhecimentos de gestão social do Terceiro Setor. São organizações que objetivam resolver problemas sociais, utilizando mecanismos de mercado.	BARKI et al, 2015
<b>Negócios da Base da Pirâmide</b>	Modelo que ajuda a população de baixa renda a melhorar sua qualidade de vida, fornecer subsídios para produção e administração de produtos padrões culturais de cada local e que sejam, ao mesmo tempo, economicamente rentáveis e responsáveis com o meio ambiente.	PRAHALAD, 2005
<b>Empresa B Corp</b>	Empresas com certificação do Sistema B são empresas com fins lucrativas certificadas pelo Laboratório B (organização internacional) que busca atender aos padrões rigorosos de desempenho social e ambiental, responsabilidade e transparência.	HONEYMAN, 2014

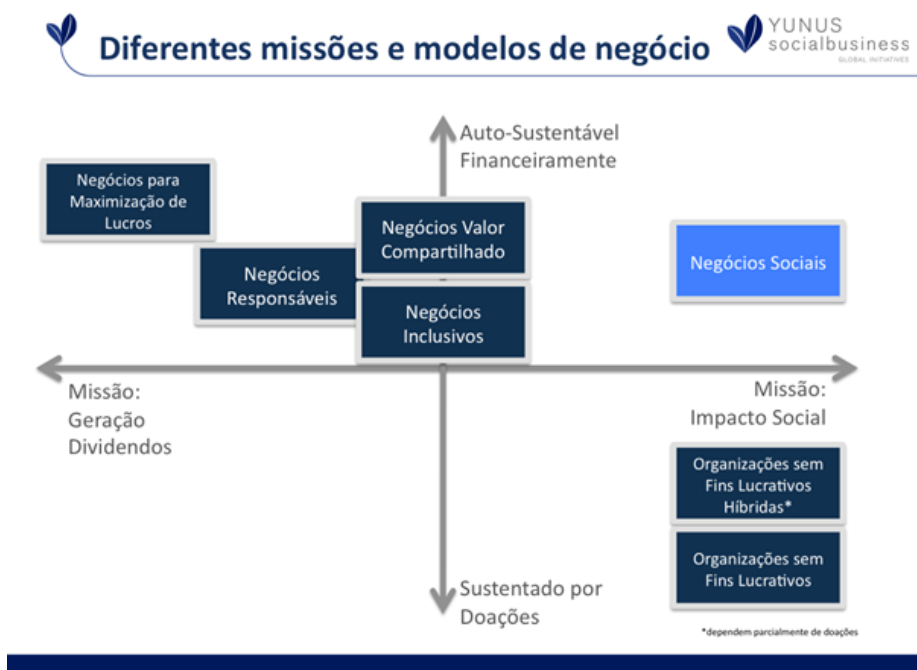
Fonte: Autor, com base nos principais autores citados na tabela.

O termo Empresa Social é frequentemente utilizado na Europa e seu foco é na gestão compartilhada das empresas, visando apoio em órgãos do governo e para as organizações do terceiro setor que também buscam incentivar às necessidades sociais da sociedade. Isto se deve a cultura dos países europeus de criação de organizações que são cooperativas e associações (BORZAGA; DEPEDRI; GALERA, 2012).

As Empresas Sociais são negócios que visam, preferencialmente, os objetivos sociais da sociedade que está inserida e seus lucros excedentes são reinvestidos na própria empresa ou em ações para a comunidade, ou seja, ela não visa a maximização do seu lucro. São empreendimentos que usam as estratégias de mercado com o objetivo de diminuir as desigualdades sociais e minimizar o impacto negativo que as organizações geram no meio ambiente (JÄGER; SCHRÖER, 2014).

Yunus; Moingeon e Lehmann (2012) definem os Negócios Sociais como organizações que buscam solucionar problemas sociais por meio de modelo de negócios mais sustentáveis, entre eles a comercialização de produtos, mas não devem permitir a distribuição de dividendos aos acionistas.

Gráfico 1 - Modelos de negócios sociais



Fonte: Yunus negócios sociais, 2012.

Segundo Yunus; Moingeon e Lehmann (2012), um Negócio Social se caracteriza quando o lucro excedente volta para o próprio negócio, com melhores produtos e serviços, preços mais vantajosos, entre outros princípios que beneficiam todos os envolvidos na organização. Ao contrário dos negócios que visam lucro, onde o excedente enriquece alguns poucos.

Para o autor o conceito de Negócio Social está despertando a curiosidade de muitos pesquisadores pelo mundo. Apesar da crescente literatura sobre o assunto, sua definição ainda está em debate por autores de todo o mundo. Yunus apresenta três fatores necessários para o Negócio Social: o modelo de receita empregado, produto/serviço proposto para o cliente; e a forma que a empresa está organizada. No sistema capitalista tradicional, dois lados podem diferenciar as empresas, de um lado estão às organizações que buscam o crescimento dos lucros para os sócios. De outro lado estão as organizações sem fins lucrativos, que buscam o a maior interação social de uma comunidade (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN, 2012).

Outro tipo de organização é o Negócio Inclusivo, que apresenta a importância da inclusão social das pessoas de baixa renda como atores, consumidores, fornecedores e distribuidores de produtos e serviços, essa inclusão está focada em geração de negócios na base da pirâmide e/ou de pessoas que vivem em vulnerabilidade social e/ou ambiental (MÁRQUEZ, 2009). Os Negócios Inclusivos têm em sua missão a ênfase em atividades econômicas que integram os mais pobres na geração de cadeias valor, possibilitando que cada indivíduo possa ser o responsável pela melhoria da sua condição de vida (MÁRQUEZ, 2009).

No Brasil, o setor de Negócios Inclusivos está incorporado como modelo de “valorização e desenvolvimento dos territórios, razão pela qual vem ganhando destaque crescente no conjunto das estratégias de atuação empreendidas tanto pelo setor público quanto privado” (SANTOS et al., 2010, p. 02).

É necessário avançar nos debates sobre Negócios Inclusivos para a construção de uma teoria mais consistente e profunda sobre formação de negócios e combate à pobreza, bem como adequar de países emergentes como o Brasil. Esse tipo de Negócio tem grande relevância como objeto de estudo acadêmico, podendo ser responsável pela construção de um espaço de transformação das atividades de combate a vulnerabilidade social e são uma chance real de combater a pobreza intensa em diversas regiões do Brasil. (BASTOS; VASCONCELLOS; TEODÓSIO, 2013).

Os negócios de impacto social são organizações que possuem como objetivo a resolução de problemas sociais e/ou ambientais de uma sociedade, por meio de mecanismos empresariais, elas visam acima da maximização do lucro para uma visão mais comunitária da realidade que está inserida, buscando uma forma de fomentar o capitalismo inclusivo (BARKI et al., 2015).

A combinação das características do setor privado com as competências administrativas do terceiro setor definem os negócios de impacto social. Eles são criados como alternativas de desenvolvimento social, com geração de renda para própria empresa e ao mesmo tempo fomento ao fornecimento de produtos e serviços para diminuição da pobreza (BARKI et al., 2015).

Prahalad (2005), retrata os negócios de impacto social de forma mais focada nas classes C, D e E, diz que a força que pode alterar o desenvolvimento econômico mundial está nas pessoas que vivem com até US\$ 2 por dia. Segundo o autor essas pessoas são responsáveis por estabelecer e criar a estrutura da Base da Pirâmide, detalhado em seu livro “A Riqueza na Base da Pirâmide”. Para estabelecer uma economia nesse modelo é necessário mudar o gerenciamento de mercados tradicionais e compreender os desafios da sociedade e desses consumidores (PRAHALAD, 2005).

Com isso, Prahalad (2005) elencou alguns princípios que dão estrutura e uma concepção de inovação para o mercado da Base da Pirâmide. Os princípios de Prahalad podem sustentar propostas para o desenvolvimento de um modelo de Negócio Social que beneficia a todos os envolvidos. Segundo o autor, o modelo pode ser desenvolvido independente de sua localização, desde que se entenda a realidade da comunidade em questão.

O ponto em questão é a pouca estrutura e estratégia para acessar as pessoas de baixa renda e isso gera a falta de distribuição de produtos para esses consumidores. Uma das possíveis soluções é que a logística comercial seja inclusa no próprio negócio, fornecendo resultados sociais mais consistentes como geração de renda e desenvolvimento de infraestrutura pública (PRAHALAD, 2005).

Na visão de Prahalad (2005), é essencial estabelecer um modelo de aprendizagem para consumidores utilizarem produtos e serviços. O resultado esperado para essa estratégia é a mudança da pirâmide econômica, reduzindo o tamanho das classes de renda mais baixa e aumentando o tamanho da classe média, assim seria possível buscar novas e criativas abordagens para converter a pobreza em oportunidade para todos.

Em seu Livro “The B Corp Handbook, 2014” Ryan Honeyman define as empresas B Corp como aquelas do setor privado que de alguma forma usam seus serviços e/ou produtos para desenvolvimento da sociedade e do meio ambiente. O conceito das “B Corps” foi inserido pelo B-Lab nos EUA em 2006, com o objetivo de credenciar algumas empresas que geram impacto positivo na comunidade. Hoje, existem mais de 950 companhias – 75 delas na América Latina - em 30 países e 60 setores (HONEYMAN, 2014).

O principal objetivo do Sistema B é incentivar que as empresas sejam atores de mudança social da região no qual estão inseridas, aumentando cada vez mais o número de organizações que querem transformar o mundo em um lugar melhor. A seleção das empresas varia de acordo com seu porte (número de funcionários), faturamento e setor de atuação. Essa avaliação leva normalmente de 1 a 3 horas, e depois de ter concluída a avaliação, a empresa recebe um relatório de impacto B com uma nota geral (HONEYMAN, 2014).

Polak e Warwick (2013) apresentam uma visão em relação ao objetivo principal dos Negócios Sociais, afirmando que o lucro é o elemento principal para conseguir capital de investidores e fazer a empresa crescer. Para estes autores, os Negócios Sociais são negócios não convencionais estruturados a partir de cooperação e de desenvolvimento sustentável. São baseados em características que se complementam e que, uma vez juntas, demonstram vantagem para as empresas e para sociedade.

Assim, foram considerados diferentes conceitos para a montagem do banco de dados. Desde os chamados negócios de impacto social (que buscam equilíbrio entre o social e econômico), como também os Negócios para a Base da Pirâmide (Pralhad); além dos Negócios Sociais que compartilham seus resultados com a comunidade (Yunus); as empresas B Corp que são do setor privado e que seus serviços e/ou produtos atuam na sociedade e no meio ambiente; e os Negócios Inclusivos que atuam diretamente com pessoas que vivem em vulnerabilidade social e/ou ambiental.

Um dos principais pontos em comum sobre os conceitos apresentados é a necessidade se incorporar os interesses da sociedade nas estratégias de mercado atuais em que essas empresas estão inseridas, ou seja, todas entendem a necessidade de redução da desigualdade social e da preservação do meio ambiente. Por outro lado, os principais pontos de divergência são: o posicionamento em relação ao lucro, ou seja, se o proprietário deve ou não receber o lucro e o seu público alvo.

Em suma, a pesquisa buscou apresentar as diferentes perspectivas teóricas relativas aos NIS, na medida em que se trata de organizações emergentes no mercado brasileiro, considerou-se que, neste momento, essa seria a postura de investigação que poderia gerar mais benefícios aos pesquisadores dedicados à temática dos negócios de impacto social.

## **4 METODOLOGIA**

Este capítulo tem o objetivo de apresentar a metodologia utilizada neste trabalho. Essa pesquisa apresenta cunho misto, ou seja, possui caráter qualitativo na análise das informações obtidas

por meio criação do banco de dados e no mapeamento das empresas e quantitativa na elaboração das estatísticas descritivas que facilita a manipulação dos dados coletados.

A pesquisa tem caráter exploratório que é amplamente utilizado em temáticas que ainda estão em construção, como é o caso dos negócios de impacto social, principalmente no Brasil (SEVERINO, 2014).

A pesquisa proposta passou pelos seguintes passos metodológicos:

- a) Localização dos bancos de dados existentes sobre negócios de impacto social;
- b) Montagem do banco de dados em Excel (Sistematização das informações coletadas);
- c) Busca de informações complementares sobre os negócios de impacto social (método bola de neve).
- d) Classificação das empresas (tipos de negócios de impacto social; posicionamento em relação ao lucro e também em relação ao formato organizacional) relacionando a fundamentação teórica com os resultados empíricos.
- e) Elaboração das estatísticas descritivas e análise dos resultados.

#### 4.1 LOCALIZAÇÃO DOS BANCOS DE DADOS EXISTENTES

A localização de bancos de dados de empresas existentes no Brasil foi a etapa inicial da pesquisa. Para construção da base de dados inicial do estudo houve um levantamento junto aos profissionais e pesquisadores do campo dos NIS para saber quais eram as fontes de informação que poderiam ser interessantes na pesquisa. Depois desse esforço, chegou-se ao conjunto dessas três fontes: Artemisia; Projeto Brasil 27 e Prêmio Empreendedor Social, como as principais fontes de informação sobre NIS no Brasil encontradas pelo autor. A seguir detalhou-se a atuação de cada uma delas de acordo com sua descrição institucional.

##### 4.1.1 *Artemisia*

A ARTEMISIA é uma organização sem fins lucrativos, pioneira na disseminação e no fomento de negócios de impacto social no Brasil. Fundada em 2004 pela Potencia Ventures (organização internacional que capta recursos tanto para a Artemisia quanto para ações espalhadas pelos quatro continentes), a ARTEMISIA possui atualmente escritórios em São Paulo e Recife. Atualmente a Artemisia acelerou mais de 79 negócios de impacto social no Brasil, e todo ano são abertas as inscrições para que empresas possam ser aceleradas e receber consultoria

##### 4.1.2 *Projeto Brasil 27*

O Brasil 27 é uma verdadeira jornada para entender os negócios de impacto social do nosso país. Sendo formado por Fabio Serconek e Pedro Henrique Vitoriano orientados por duas professoras (Graziella Comini e Rosa Maria Fischer) do Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (CEATS) que é um centro de estudos da Fundação Instituto de Administração e da Universidade de São Paulo (USP). Os alunos estudaram um case de cada uma das 27 UFs do país, pois a grandeza e a diversidade do Brasil faz com que as dificuldades e oportunidades presentes em cada estado foram apresentadas por esses jovens.

#### 4.1.3 Prêmio Empreendedor Social

Prêmio Empreendedor Social é o principal concurso de empreendedorismo socioambiental na América Latina e um dos mais concorridos do mundo. O principal objetivo de o Prêmio é selecionar, premiar e fomentar os líderes socioambientais mais empreendedores do Brasil, que desenvolvam há mais de três anos iniciativas inovadoras, sustentáveis e com comprovado impacto socioambiental.

Finalmente essas três fontes foram consideradas importantes para enriquecer esta etapa da pesquisa, visto sua importância no cenário dos negócios de impacto social no Brasil. A partir daí criou-se um banco de dados inicial, incorporando as empresas já citadas pelas três plataformas e suas experiências.

Buscou-se captar as informações extras e que estavam apresentadas nas três iniciativas como: quantidade de empresas citadas; investidores e aceleradoras; ramos de atuação e impactos que essas empresas têm na sociedade e no mercado econômico nacional. Essas informações foram essenciais para a etapa a seguir da sistematização dos NIS no banco de dados.

#### 4.2 MONTAGEM DO BANCO DE DADOS EM EXCEL (SISTEMATIZAÇÃO)

Finalizada a etapa anterior, iniciou-se a sistematização das empresas em Excel. Os itens de sistematização foram de grande contribuição para os resultados empíricos da pesquisa e enriquecem o banco de dados, visto que não existem informações detalhadas e compartilhadas sobre os negócios de impacto social no Brasil.

Quadro 3 – Itens de sistematização

A- Dados Gerais das Empresas
A1 - Nome da Empresa
A2 – CNPJ
A3 - Capital Social R\$
A4 - Ano de Fundação
A5 - Proprietários
A6 - Endereço/Tel.
A7 – Estado
A8 - Município
A9 - Site/Blog/Face
A10 – Ramo de atuação
A11 – Tipo de Negócio
A12 – Posicionamento em relação ao lucro
A13 – O que faz a empresa
A14 – Público Alvo

Fonte: Autor

Esta etapa permitiu a criação de um banco de dados com diversos itens para elaboração de gráficos e tabelas e compartilhamento dos dados gerais das empresas e possibilitou obter características como: público-alvo, setores e região de atuação, tipos de empresas, distribuição por estados, entre outras informações que contribuam na caracterização dessas organizações. O quadro 3 acima mostra detalhadamente cada item a ser analisado.

Quadro 4 – Fonte de dados para sistematização das empresas

<b>Ordem de Prioridade</b>	<b>Informações coletadas</b>	<b>Fontes de Referência</b>
1- Descrição da Empresa (Quem somos)	Ramo de atuação Tipo de Negócio Posicionamento em relação a distribuição de lucros Data de Abertura O que faz a empresa Público Alvo	Site da Empresa Blog / Facebook Linkedin
2- Missão da Empresa (Identidade)	O que faz a empresa Ramo de atuação Tipo de Negócio	Site da Empresa Blog / Facebook Linkedin
3- Contate-nos	Estado e Município Número do CNPJ E-mail e Telefone Equipe	Site da Empresa Blog / Facebook Linkedin
4- Cartão CNPJ	Posicionamento em relação a distribuição de lucros Natureza Jurídica Verificar status da empresa (Ativa ou Inativa) Data de Abertura Estado e Município Capital Social	Site da Receita Federal
5- Reportagens e Notícias	O que faz a empresa Ramo de atuação Tipo de Negócio	Endeavor; Universia; Sebrae.

Fonte: Autor

Buscou-se então, identificar as fontes de busca dos dados mais eficientes para inclusão na sistematização, o quadro 4 acima apresenta as cinco fontes de informações utilizadas na pesquisa para completar o banco de dados.

Todas as fontes foram de suma importância para a análise dos tipos de empresas e suas características, visto que não há concentração de informações sobre os negócios de impacto social no Brasil. A pesquisa priorizou buscar as informações junto à própria descrição e missão apresentadas no site institucional das empresas, e em seguida partindo para o cadastro na Receita Federal (Cartão CNPJ), e quando não encontrado nenhuma informação buscou-se reportagens e artigos em três sites: Endeavor; Universia e Sebrae, eles foram considerados relevantes pelo autor devido a quantidade de tópicos publicados que abordam o empreendedorismo com impacto social, muitos deles possuíam publicações citando empresas que já constavam na base inicial.

#### 4.3 BUSCA DE INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES SOBRE OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL (MÉTODO BOLA DE NEVE)

Após a montagem do bando de dados inicial e sistematização, foi realizada uma varredura de fontes que compartilham informações sobre empresas sociais. Investigou-se notícias em sites que fomentam o tema, páginas no Facebook e artigos acadêmicos com estudos de casos.

Em meio essa análise, optou-se por classificar também as empresas que aceleram e investem em negócios de impacto social no Brasil, pela quantidade de notícias encontradas relacionando essas empresas. Assim, encontrou-se o número 181 NIS e 23 empresas investidoras que foram conferidas e avaliadas pelo aluno e o orientador e demonstraram-se consistentes e adequadas.

A segunda parte da busca de informações complementares dos Negócios de impacto social não estava prevista no projeto inicial e ocorreu por meio de questionários semiestruturados enviados por correio eletrônico e mensagem na rede social oficial das empresas coletadas. Essa técnica se chama “Bola de Neve” e é um método usado para encontrar determinadas populações desconhecidas que não foram identificadas em determinados temas (FREITAS et al, 2000).

O passo inicial dessa técnica foi determinar atores e público alvo envolvido no objetivo do estudo, no caso foram os negócios de impacto social encontrados anteriormente, esses elementos são chamados de onda zero ou sementes, que significa que será a base inicial da busca (FREITAS et al, 2000).

A partir daí a Plataforma do Google Forms foi eleita para criação do questionário a ser enviado para as empresas. O Google Forms é um aplicativo desenvolvido pela Google e constitui-se da construção de um formulário online, e pode ser disponibilizado através de um endereço eletrônico. Foram criadas cinco questões relacionadas ao conhecimento das empresas de outros negócios e de algumas características que consideram importantes para um NIS.

Todas as empresas coletadas receberam a mesma oportunidade de resposta do questionário, todos empresários que contribuíram para o desenvolvimento da pesquisa, terão acesso a este estudo detalhado com o compartilhamento dos resultados obtidos. Essa técnica também é prevista no método de “Bola de Neve”, para aperfeiçoar os resultados obtidos (FREITAS et al, 2000). Após determinar os atores, realizou-se o envio de questionários semiestruturados para as 181 empresas encontradas, utilizou-se as ferramenta de correio eletrônico e caixa de mensagem da rede social oficial (Facebook).

Essa técnica possibilitou aumentar em 28 empresas por indicação na base, chegando a 209 empresas no banco de dados. Após uma nova verificação dos NIS localizados em fevereiro de 2016, identificou-se que 9 dessas empresas haviam encerrado suas atividades ou as informações inicialmente obtidas não estavam acessíveis, ou seja, não foram consideradas neste estudo.

Por fim, obtiveram-se 28 respostas do total de 181 empresas, nessas respostas foram coletadas indicações de outros NIS de seu conhecimento e informações sobre atividades mais buscadas pelos empresários de negócios de impacto social.

#### 4.4 CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS (TIPOS DE NEGÓCIOS E POSICIONAMENTO EM RELAÇÃO AO LUCRO)

Após a finalização do banco de dados completo com todas as informações propostas na sistematização conforme quadro 4, foi possível classificar as empresas por tipos de negócios (Base da Pirâmide; Negócios Inclusivos; Empresas do Modelo B Corp e Negócios de Impacto Social) e seu posicionamento em relação à distribuição dos lucros (com ou sem restrição). Essa análise foi feita a partir dos dados coletados em relação à fundamentação teórica apresentada no estudo.

#### 4.5 ELABORAÇÃO DAS ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS E ANÁLISE DOS RESULTADOS.

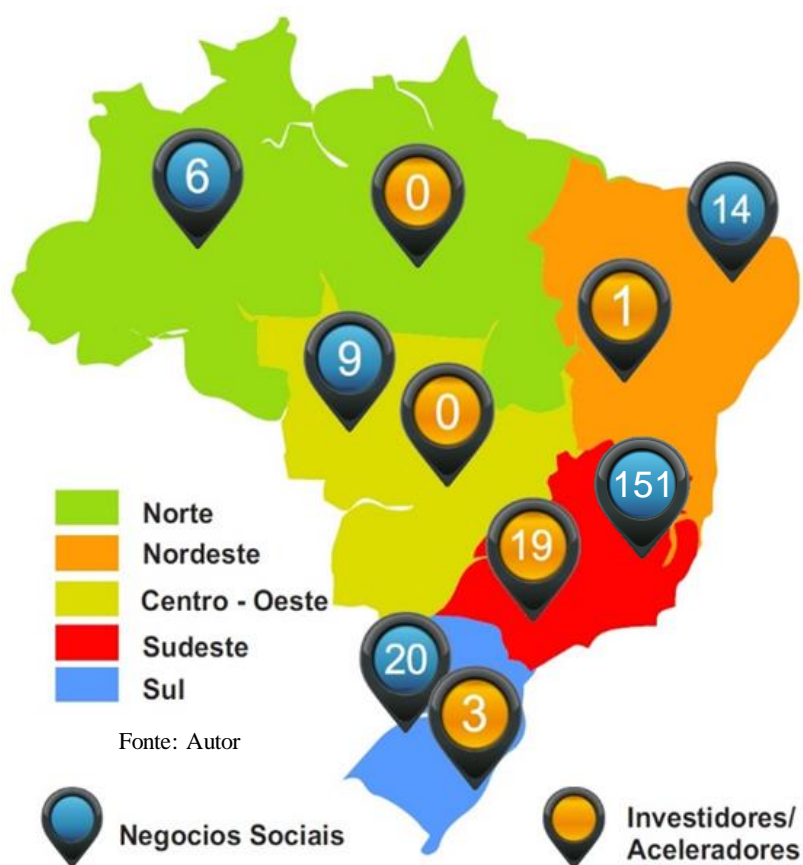
Por fim, finalizadas as etapas anteriores iniciou-se o cálculo das estatísticas descritivas e então a realização da análise dos resultados obtidos. Do total das 200 empresas consideradas neste estudo algumas dificultaram sua visibilidade pública na busca de informações na sistematização como: CNPJ; Endereço, Site/Facebook. Entretanto considera-se que todas as etapas obtiveram sucesso com método proposto.

O próximo capítulo apresenta os resultados encontrados neste estudo.

## 5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Considerando o critério proposto encontraram-se 200 empresas sociais e 23 empresas investidoras viáveis para a pesquisa. A figura 1 abaixo apresenta o mapeamento total dos negócios de impacto social e investidores no Brasil por região:

Figura 1 – Mapeamento de empresas por região



Fonte: Autor

O resultado é coerente com o esperado, com relação à região do Brasil em que as empresas estão sediadas (Centro-Oeste, Norte, Nordeste, Sudeste e Sul), os resultados apontam que há uma predominância na região Sudeste (75,5%), principalmente na cidade de São Paulo, resultado já esperado por ser a cidade mais desenvolvida do país, com o maior PIB de R\$ 494,9 bilhões segundo SEADE (2015).

Em relação aos modelos de negócios, a figura 2 abaixo apresenta o percentual encontrado de cada categoria:



Figura 2 – Tipos e formatos organizacionais dos 200 negócios encontrados



Fonte: Autor

**Cooperativas** – Foram encontradas 6 empresas classificadas como cooperativas neste estudo conforme critério proposto, um exemplo é a Coohabras, empresa sediada em São Paulo – SP que tem como objetivo ajudar pessoas de baixa renda a conquistar o sonho da casa própria. Para isso, a empresa desenvolveu um método de organização social, educação popular e poupança coletiva.

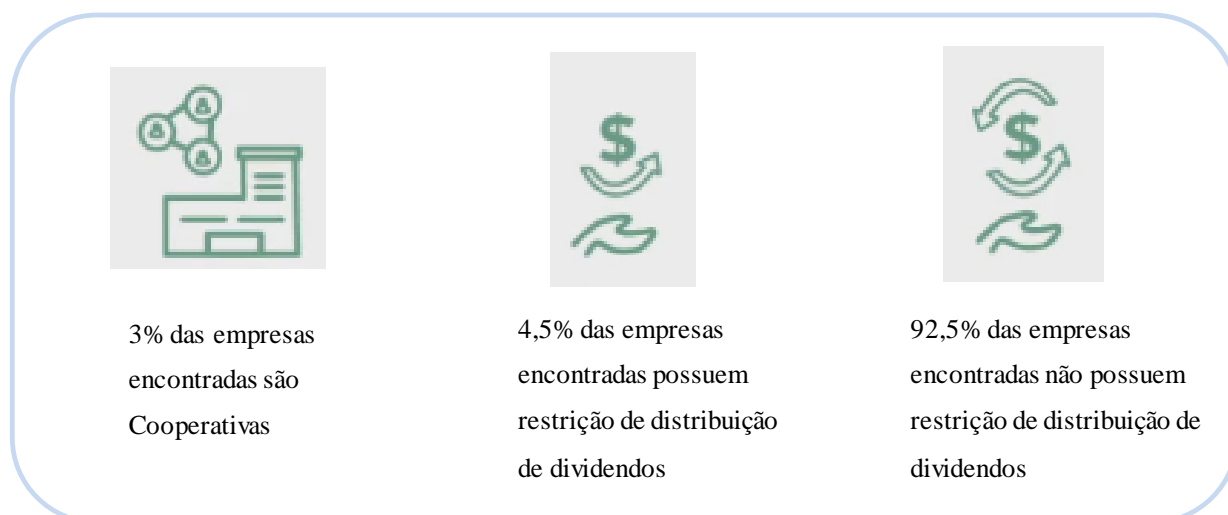
**Base da Pirâmide** – Em relação às empresas da Base da Pirâmide (Prahalad), foram encontradas 13 empresas, um exemplo é a 4You2 empresa sediada em São Paulo – SP que tem como objetivo fornecer cursos de idiomas com preços acessíveis e voltados para as Classes C, D e E.

**Negócios Inclusivos** – 17 Negócios inclusivos foram encontrados na pesquisa, uma das empresas é a Hand Talk empresa sediada em Maceió – AL que é especializada em Tecnologia Assistiva e realiza tradução digital e automática para Língua de Sinais, utilizada pela comunidade surda. A solução oferece ferramentas complementares ao trabalho do intérprete para auxiliar a comunicação entre surdos e ouvintes.

**Empresas do Modelo B Corp** – Apenas 3 empresas foram classificadas como parte do Sistema B Corp, um exemplo é a Avante, empresa sediada em São Paulo –SP que tem como objetivo orientar seus clientes em produtos financeiros e recomendando os mais adequados para a sua vida, desde um cartão pré-pago, até um consórcio, crédito consignado, financiamento ou seguro.

**Negócios de Impacto Social** – Em relação aos negócios de impacto social que não se denominam em outro modelo de negócio foram encontradas 161 empresas, elas representam a maior parte da coleta realizada neste estudo, um exemplo é a Treebos, empresa sediada em Guarapari – ES que é um crowdfunding aplicado à agricultura sustentável. A empresa atua criando espaços chamados Bosques do Futuro, voltados para o plantio de árvores frutíferas, as quais pertencem (cada árvore) a um usuário/plantador que realizou o plantio via web ou pessoalmente em um dos Bosques.

Figura 3 – Negócios com /sem restrição de distribuição de dividendos



Fonte: Autor “Adaptado do Prêmio ICE, 2016”.

Na análise de distribuição dos dividendos apresentada na figura 3 identificou-se que a grande maioria (184 empresas) busca o retorno financeiro de seus investidores. Esse resultado pode indicar que no Brasil a criação dos negócios de impacto social tem um modelo diferente do proposto por Yunus, que defende que o investidor apenas deve receber o retorno de seu investimento e nada a mais.

Tabela 1 – Quantidade de negócios de impacto social criados por ano

Período	Quantidade	%
Até 2000	16	8,0%
2001 a 2005	20	10,%
2006 a 2010	74	37,0%
2011 a 2016	90	45,0%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Autor

Em relação à fundação dos negócios de impacto social, os resultados demonstram que a criação dessas empresas alavancou a partir de 2006, 45% das empresas encontradas neste estudo foram fundadas entre os anos de 2011 a 2016.

Os NIS apresentam-se como diferentes modelos de empresas ao padrão capitalista tradicional, que visa apenas o lucro para os acionistas, nos últimos dez anos podem ser considerados frequentes como alternativas inovadoras encontradas na economia nacional. A tabela 1 acima apresenta a quantidade de empresas fundadas em cada período e as porcentagens em relação ao todo encontrado neste estudo.

Tabela 2 – Ramo de atuação dos negócios de impacto social

<b>Ramo de Atuação</b>	<b>Quantidade</b>	<b>%</b>
<i>Sustentabilidade</i>	59	29,50%
<i>Educação</i>	37	18,50%
<i>Saúde</i>	24	12,00%
<i>Empregabilidade</i>	17	8,50%
<i>Serviços Financeiros</i>	17	8,50%
<i>Plataforma virtual</i>	16	8,00%
<i>Tecnologia Assistiva</i>	12	6,00%
<i>Consultoria</i>	9	4,50%
<i>Habitação</i>	5	2,50%
<i>Inclusão Digital</i>	4	2,00%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fonte: Autor

Na análise do ramo de atividades dos negócios de impacto social foram analisadas 11 categorias diferentes, as três mais frequentes foram: Sustentabilidade; Educação e Saúde com 29,5%, 18,5% e 12,0% respectivamente. Pode-se considerar que essas três categorias são as mais comuns em empresas com o intuito dos NIS, que visam combater a desigualdade ambiental/social numa sociedade.

Por outro lado, outras três categorias importantes menos frequentes, também aparecem como: Inclusão Digital, Habitação e Consultoria com 2,0%, 2,5% e 4,5% isso pode representar um avanço de modelos utilizados pelos negócios de impacto social, e a incorporação de novas tecnologias e métodos de atuação dessas empresas, a tabela 2 acima apresenta a quantidade de respostas para cada categoria. Dentro das categorias dos ramos de atuação identificou-se as atividade mais frequentes realizadas pelas empresas e foram classificadas em 4 grupos distintos, são eles: Utilização de Plataformas, Sites e Portais Interativos; Utilização de aplicativo mobile; Desenvolvimento de novos produtos e Atendimento especializado (Pessoas de baixa renda).

O quadro 5 abaixo apresenta quais são os ramos de atuação que estão presentes nessas atividades e alguns exemplos de empresas atuantes. O Anexo B no final deste trabalho mostra o ramo de atuação, atividade e posicionamento em relação ao lucro de cada empresa sistematizada.

Quadro 5 – Atividades mais frequentes dos ramos de atuação dos NIS

<b>Atividade</b>	<b>Exemplos de Empresas/Ramos de atuação</b>
1- Utilização de Plataformas, Sites e Portais Interativos (22,0%)	Bondetrampo (Empregabilidade) Backpacker (Educação) Vai voando (Plataforma Virtual) Saútil (Saúde) Catarse (Serviços Financeiros) 100 Pepinos (Sustentabilidade)

2 – Desenvolvimento de novos produtos (16,5%)	Kapa+ EcoProdutos (Empregabilidade) IES2 (Educação) Pratic (Saúde) Urban 3D (Sustentabilidade) The Products (Tecnologia Assistiva)
3 – Atendimento especializado (Pessoas de baixa renda) (9%)	Plano CDE (Consultoria) Tekoha (Empregabilidade) 4You2 (Educação) Dr. Consulta (Saúde) Artesol (Sustentabilidade) Banco Pérola (Serviços Financeiros)
4- Utilização de aplicativo mobile (4,5%)	Monster Joy (Educação) Eruga (Inclusão Digital) Colab (Plataforma Virtual) Positive Drop (Saúde) Timokids (Tecnologia Assistiva)

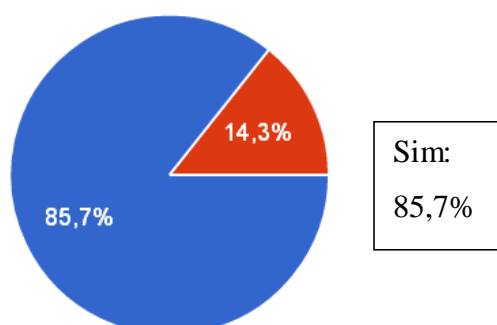
Fonte: Autor

Em relação as atividades mais frequentes realizadas pelos empresários identificou-se que os ramos Saúde e Educação são os únicos que estão presentes nos 4 grupos acima. As informações da base de dados dos NIS indicaram que o uso das novas tecnologias de informação e comunicação as chamadas TICs estão em 22% do total de empresas e também o desenvolvimento de produtos/serviços inovadores com 16,5%, o resultado mostra que os dois grupos estão presentes em boa parte dos NIS brasileiros. Além disso, notou-se que 9% possui um atendimento especializado para pessoas de baixa renda, ou seja, a base da pirâmide. E finalmente, um quarto grupo de aplicativos aparecem com 4,5%.

Com o objetivo de encontrar informações complementares sobre os negócios de impacto social utilizou-se um questionário semiestruturado, que buscou obter indicações de outros NIS, assim como obter informações sobre atividades que os empresários mais têm interesse no mercado. Na terceira etapa da pesquisa foram enviados os questionários por correio eletrônico e mensagem na rede social oficial de cada empresa coletada, conforme detalhado na metodologia desse estudo.

Obteve-se 28 respostas de 181 mensagens enviadas e 85,7% dos empresários indicaram outras empresas de seu conhecimento, que foi essencial para chegar as 200 empresas neste estudo. Outro resultado apontado foi à questão de participar de uma rede de compartilhamento de informações sobre os NIS, esses mesmos 85,7% apresentaram que tem interesse e gostariam de participar de uma rede aberta.

Gráfico 2 – Empresas que indicaram outros negócios de impacto social



Fonte: Autor

Em relação as atividades mais buscadas pelos empresários foram identificadas três com maior número de respostas, a mais frequente foi o “Contato com Investidores e Aceleradoras”, e em seguida a “Assessoria Profissional de Marketing”, com a mesma quantidade de “Planejamento Estratégico e Posicionamento de Mercado”. Essas três atividades foram identificadas como mais requisitadas pelos proprietários dos negócios de impacto social, e pode justificar o quanto esses empresários querem e precisam de apoio e investimento para o crescimento no mercado nacional.

Quadro 6 – Investidores/aceleradores de negócios de impacto social no Brasil

<b>Empresa</b>	<b>Descrição</b>
<b>Artemisia Negócios Sociais (Aceleradora)</b>	A ARTEMISIA é uma organização sem fins lucrativos, pioneira na disseminação e no fomento de negócios de impacto social no Brasil.
<b>Endeavor (Aceleradora)</b>	A Endeavor existe para multiplicar o número de empreendedores de alto crescimento e criar um ambiente de negócios melhor para o Brasil.
<b>Yunus Negócios Sociais (Aceleradora)</b>	A Yunus Negócios Sociais Brasil tem como objetivo desenvolver Negócios Sociais pelo país através de seu fundo de investimentos e aceleradora para Negócios Sociais.
<b>Vox Capital (Investidora)</b>	A Vox Capital é uma empresa de capital empreendedor que investe em negócios inovadores e de alto impacto que servem a população de baixa renda brasileira com soluções que ajudam a melhorar suas vidas.
<b>Ashoka Empreendedores Sociais (Aceleradora)</b>	A Ashoka é uma organização mundial, sem fins lucrativos, pioneira no campo da inovação social, trabalho e apoio aos Empreendedores Sociais.
<b>Aliança Empreendedora (Aceleradora)</b>	Oferecer a microempreendedores de baixa renda e grupos produtivos comunitários de todos os setores e idades o apoio de que eles necessitavam para desenvolver os seus negócios.
<b>Instituto Quintessa (Aceleradora)</b>	O Instituto Quintessa é uma aceleradora de Negócios Sociais que, através do apoio às lideranças das organizações, visa consolidar e expandir os negócios no Brasil.
<b>GIFE (Investidora)</b>	O GIFE é uma organização sem fins lucrativos que reúne os principais investidores do país, sendo eles de origem empresarial, familiar, independente ou comunitária.
<b>Gera Venture Capital (Investidora)</b>	Gera é uma empresa de investimentos focada em educação no Brasil. Investimos em empreendedores de alto potencial desenvolver os seus negócios.

Fonte: Autor

O quadro 6 acima apresenta os alguns exemplos de investidores e aceleradores dedicados aos negócios de impacto social na pesquisa. Essas empresas são responsáveis pelo crescimento de muitos negócios de sucesso e buscam organizações que fogem do modelo de negócio convencional para o modelo de NIS. Por sua vez, muitas dessas aceleradoras são empresas sem finalidade lucrativa, e oferecem apoio como: capital; tecnologia e treinamento gerencial e reconhecimento da marca perante aos clientes e parceiros, dentre outros.

O tema dos negócios de impacto sociais ainda é passível de debate enquanto a seus autores, porém os resultados deste estudo mostram sua capacidade de desenvolvimento para a sociedade

brasileira ao passar dos anos. Outro ponto relevante do estudo foi à metodologia de “Bola de Neve” utilizada para localizar outros negócios não encontrados inicialmente com os próprios empresários que receberam os questionários, isso pode demonstrar que muitos apoiam a iniciativa das empresas de se ajudarem para o desenvolvimento de todos.

A partir dos dados obtidos verificou-se que cada vez mais, pessoas e empresários estão interessados e empenhados para empreender de uma forma alternativa, como consequência, o modelo de NIS tem um grande potencial de desenvolvimento no Brasil.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Tendo em vista que o tema dos negócios de impacto social está em crescimento âmbito nacional e internacional, acredita-se que a pesquisa pode auxiliar na compreensão de terminologias relacionadas aos NIS, e de uma visão geral entender os tipos de empresas que estão presentes no Brasil.

Em relação às hipóteses da pesquisa, é possível considerar que todas estavam corretas. A participação dos negócios de impacto social no Brasil está em crescimento, conforme apresentado nos resultados anteriormente. A grande maioria dos NIS no Brasil está concentrada na região sudeste, especificamente (75,5% do total). Os negócios de impacto social possuem formatos organizacionais diferentes (tipo de negócio), porém todos entendem a necessidade de redução da desigualdade social e da preservação do meio ambiente a partir de estratégias de mercado.

Acredita-se que o trabalho, de caráter misto (qualitativo e quantitativo), atingiu o objetivo geral proposto: Desenvolvimento de um mapeamento sobre negócios de impacto social no Brasil para criação de um banco de dados, e também todos objetivos específicos e de acordo com os resultados alcançados, pode-se dizer que a investigação proposta cumpriu também os objetivos específicos.

No início desta pesquisa e conforme levantamento das referências encontrou-se apenas uma iniciativa realizada em 2011 que tratava do mapeamento de NIS, o qual foi coordenado pelo Plano CDE (um Negócio Social na medida em que realiza projetos para rentabilidade e soluções de outros Negócios de Impacto) e ANDE Polo Brasil (uma rede internacional de organizações que apoia pequenas empresas, Negócios Sociais e Inclusivos em crescimento em 150 mercados emergentes). Essa pesquisa indicou um total de 140 Negócios Sociais e Inclusivos no Brasil; contudo, não se disponibilizou o banco de dados com as empresas encontradas.

De acordo com a metodologia adotada os resultados parecem ser um avanço no sentido de disponibilizar mais informações sobre os NIS e de incluir mais organizações neste campo de atuação, visto que o crescimento deste tipo de negócio foi a partir do ano de 2011, ou seja, uma parcela dessas empresas encontra-se na fase inicial de negócio, tratam-se de startups. Esta pesquisa não se resumiu em mapear as empresas e cruzar os bancos de dados existentes, mas foi além, principalmente com a metodologia de “Bola de Neve” para encontrar mais negócios espalhados pelo Brasil.

Na análise da busca de informações complementares sobre os NIS, as três atividades mais relevantes consideradas pelos empresários foram: o “Contato com Investidores e Aceleradoras”, e em seguida a “Assessoria Profissional de Marketing”, com a mesma quantidade de “Planejamento Estratégico e Posicionamento de Mercado”. Esse resultado pode significar um interesse por parte dos empreendedores a se relacionar com empresas investidoras e aceleradoras, nesse estudo foram encontradas 23 empresas que apoiam os negócios de impacto social.

Em relação aos tipos de negócios encontrados foram classificados cinco modelos das 200 empresas coletadas: Cooperativas (3%); Base da Pirâmide (6,5%); Negócios Inclusivos (8,5%); Empresas do Modelo B Corp (1,5%) e Negócios de Impacto Social (80,5%), esse resultado pode apresentar as tendências das empresas criadas no Brasil no que se refere a NIS.

Outro ponto relevante é a distribuição de dividendos dessas empresas, um total de 92% dos negócios encontrados não tem restrição na distribuição de lucros entre os sócios. Esse resultado parece indicar a necessidade promover mais conexões entre empreendedores; investidores e aceleradoras com o objetivo de disseminar as opções de modelos de negócio que podem ser criados. Os NIS baseados no modelo de Yunus, ainda são incipiente no país, mas é possível que tal modelo se expanda ao longo dos anos.

Entre as informações captadas neste estudo, uma delas é a que indica o ramo de atuação dos NIS brasileiros: 29,5% atuam com sustentabilidade e 18,5% trabalham com educação; esses dois tipos de NIS se destacaram no total de 10 ramos de atuação. Em relação as atividades mais frequentes realizadas pelas empresas se destacam a utilização de plataformas, sites, portais interativos e o desenvolvimento de novos produtos.

Este resultado parece indicar que o propósito dos negócios de impacto social brasileiros relaciona-se com o desenvolvimento tecnológico, e de fato, à missão no desenvolvimento econômico, social e ambiental do país.

De maneira geral, considera-se importante pontuar uma limitação encontrada na sistematização das empresas no banco de dados. Aproximadamente 32% das empresas encontradas dificultaram sua visibilidade pública na busca de informações como: Endereço, CNPJ; Site/Facebook. Foram difíceis de encontrar, isso pode evidenciar, muitas vezes, a falta de capital e de conhecimento técnico para administrar e investir em lojas, pontos comerciais e escritórios e também precariedade no investimento tecnológico tendo em vista o crescimento da marca perante o mercado.

Em termos de pesquisas futuras, e após o levantamento dos negócios de impacto social no Brasil, sugere-se uma pesquisa mais aprofundada com as 200 empresas encontradas para a conferência detalhada das informações, assim como a obtenção de novas informações tais como: se a empresa possui planejamento estratégico; as dificuldades e vantagens de obter uma missão social e ambiental na sua organização e quais foram os incentivos para o empreendedor optar por esse modelo de negócio. Também promover estudos de casos com organizações congêneres, tais como: Empresas do modelo Sistema B; Negócios Inclusivos; Negócios da Base da Pirâmide; Negócios de Impacto Social e Cooperativas, de tal forma que se possa alcançar uma compreensão aprofundada desse fenômeno.

De fato, são necessárias mais pesquisas que apresentem casos práticos de NIS no Brasil, principalmente focadas em explanar os principais motivos de sucesso e de fracasso dessas organizações, assim é possível compreender melhor a forma de gestão dos NIS e por consequência obter estudos que contribuam na compreensão objetiva do impacto social econômico e ambiental dessas organizações. Esse tipo de informação é crucial para o desenvolvimento desse campo no Brasil, especialmente para gerar informações para os investidores que atuam nas, aceleradoras, incubadoras e demais formas de inserção de recursos financeiros.

Por fim, acredita-se que a presente pesquisa contribui para o avanço no conhecimento empírico dos negócios de impacto social em função da captação de informações sobre esse tipo de negócio no país. Essa pesquisa também possibilita a criação de uma plataforma aberta ao público interessado nesta temática, ou seja, utilizar o banco de dados com atualizações frequentes como fonte de informação para realização de eventos, aproximação de empresários com investidores e disseminação dos NIS no Brasil.

Nesse sentido, as contribuições deste trabalho proporcionam subsídios para que futuros pesquisadores da área fortaleçam e disseminem a temática dos NIS no país, principalmente com o desenvolvimento de mais estudos de caso, ou seja, com o enriquecimento do conhecimento prático e teórico acerca desse tipo de organização.

## REFERÊNCIAS

- ARTEMÍSIA. **Quem Somos 2014.** Disponível em <http://www.artemisia.org.br/conteudo/artemisia/quem-somos.aspx>. Acesso em: 19 set, 2014.
- BARKI, Edgard. Negócios de impacto: tendência ou modismo?. **GVexecutivo**, v. 14, n. 1, p. 14-17, 2015.
- Barki, E., Comini, G., Cunliffe, A., Hart, S., & Rai, S..Social entrepreneurship and social business: Retrospective and prospective research. **Revista de Administração de Empresas**, v, 55 n. 4, p. 380-384, 2015
- BASTOS, Maria Flávia; VASCONCELLOS, Gláucia Maria; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. Redes, Empreendedorismo Social e Negócios Inclusivos: em busca de um modelo compreensivo sobre inovação no combate à pobreza na América Latina. **ISTR–International Society for Third Sector Research**, v. 9, p. 1-22 2013.
- BATTILANA, Julie et al. Harnessing productive tensions in hybrid organizations: The case of work integration social enterprises. **Academy of Management Journal**, v. 58, n. 6, p. 1658-1685, 2015.
- BORZAGA, Carlo; DEPEDRI, Sara; GALERA, Giulia. Interpreting social enterprises. **Revista de Administração – RAUSP**, v. 47, n. 3, p. 389-409, jul./set. 2012.
- COMINI,Graziella; BARKI, Edgard; AGUIAR, Luciana. **A three-pronged approach to social business: a Brazilian multi-case analysis.** São Paulo, 2012. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0080-21072012000300004&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0080-21072012000300004&script=sci_abstract)>. Acesso em 16 set, 2014.
- DACIN,Peter A; DACIN,M. Tina e MATEAR, Margaret. **Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here.** Canadá, 2012. Disponível em: <<http://www.econbiz.de/Record/social-entrepreneurship-why-we-don-t-need-a-new-theoryand-how-we-move-forward-from-here-dacin-peter/10009037721>> Acesso em 14 set, 2014.
- DACIN,M. Tina; DACIN,Peter A e TRACEY, Paul. **Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions.** 2011. Disponível em: <<http://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/orsc.1100.0620?journalCode=orsc>> Acesso em 16 set, 2014.
- DOHERTY, Bob; HAUGH, Helen; LYON, Fergus. Social enterprises as hybrid organizations: A review and research agenda. **International Journal of Management Reviews**, v. 16, n. 4, p. 417-436, 2014.
- FREITAS, Henrique et al. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 35, n. 3, 2000.
- GODÓI-DE-SOUSA, Edileusa; FISCHER, Rosa Maria. The succession process at social enterprises in Brazil. **Revista de Administração (São Paulo)**, v. 47, n. 3, p. 473-488, 2012.



GOMES, Michaela Karem Barreto. **O perfil do empreendedor social: A experiência da Artemísia na promoção dos negócios sociais no Brasil.** Campina Grande, 2013. Disponível em: <<http://dspace.bc.uepb.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/3926>>. Acesso em 8 set, 2014.

GRASSL, Wolfgang. Business models of social enterprise: A design approach to hybridity. **ACRN Journal of Social Entrepreneurship Perspectives**, v. 1, n. 1, p. 37-60, 2012.

GUTIÉRREZ, Roberto; REFICCO, Ezequiel; TRUJILLO, Diana. Empresas sociales: una especie en busca de reconocimiento? Harvard Business School, 2006.

HONEYMAN, Ryan. **The B Corp Handbook: How to Use Business as a Force for Good.** Berrett-Koehler Publishers, 2014.

IIZUKA, Edson Sadao; WALCHHÜTTER, Seimor; DIAS, Marcello Romani e BARBOSA, Aline dos Santos. Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: Revisão Crítica e Agenda de Pesquisa. In: SEMEAD FEA-USP, 2014.

IIZUKA, Edson Sadao; SOUSA, Caio da Silva. Projeto de Iniciação Científica “Estudo Bibliométrico da Produção Científica sobre Empreendedorismo nos Periódicos de Alto Impacto no Brasil”. Projeto de Iniciação Científica do Centro Universitário da FEI, 2014.

JÄGER, Urs P.; SCHRÖER, Andreas. Integrated organizational identity: A definition of hybrid organizations and a research agenda. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 25, n. 5, p. 1281-1306, 2014.

JAPPE, Marcio Luis Miron. **Fatores contributivos e fatores limitadores para negócios sociais no Brasil: Um estudo exploratório nas regiões sul e sudeste.** Porto Alegre, 2013. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/77740>>. Acesso em: 8 de setembro de 2014.

KICKUL, Jill; TERJESEN, Siri; BACQ, Sophie e GRIFFITHS, Mark. **Social Business Education: An Interview With Nobel Laureate Muhammad Yunus.** 2012. Disponível em <<http://connection.ebscohost.com/c/interviews/83067018/social-business-education-interviewnobel-laureate-muhammad-yunus>>. Acesso em 17 de setembro de 2014.

MATHIAS, Sergio Larruscain; SAKAI, Celio. **Utilização da Ferramenta Google Forms no Processo de Avaliação Institucional: Estudo de Caso nas Faculdades Magsul,** 2013.

MARTINS, Marília Dos Reis. **Os negócios sociais e o setor cidadão: uma análise sob a ótica do desenvolvimento humano.** Porto Alegre, 2013. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/97704/000915425.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 8 set, 2014.

MÁRQUEZ, Patrícia. Negócios inclusivos en américa latina. **Harvard business review**, 2009.

PLANO CDE. **Mapeamento do campo de Negócios Sociais / Negócios Inclusivos.** 2011. Disponível em: <[http://www.aspeninstitute.org/sites/default/files/content/docs/ande/Mapeamento%20Neg%C3%B3cios%20Sociais\\_Inclusivos.pdf](http://www.aspeninstitute.org/sites/default/files/content/docs/ande/Mapeamento%20Neg%C3%B3cios%20Sociais_Inclusivos.pdf)>. Acesso em: 10 set, 2014.

PLESS, Nicola M. **Social Entrepreneurship in Theory and Practice**—An Introduction. ESADE Business School, Ramon Llull University, Sant Cugat, Spain, 2012. Disponível em <<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-012-1533-x>> Acesso em 15 set, 2014.

PRAHALAD, Coimbatore Krishanarao. **A riqueza na base da pirâmide**. Bookman, Porto Alegre, 2005.

PRÊMIO EMPREENDEDOR SOCIAL, 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/>>. Acesso em 19 dez, 2015.

PRÊMIO ICE, 2016 – Finanças sociais e Negócios de Impacto. Disponível em: <http://www.ice.org.br/premioice/2016/>. Acesso em 27 out, 2016.

PROJETO BRASIL 27, 2014. O Projeto. Disponível em: <<http://www.projeto brasil27.com.br/o-projeto/>>. Acesso em 27 set, 2015.

POLAK, P.; WARWICK, M.; **The Business Solution to Poverty**: designing products and services for Three Billion New Customers. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2013.

SANTOS, Thiago de Sousa; NASCIMENTO, João Paulo de Brito; BORGES, Guilherme de Freitas; MORAES, Aline Freire de Oliveira; TEIXEIRA, Eliane. O artesanato como elemento impulsionador no desenvolvimento local. **VII SEGET – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, Rio de Janeiro, 2010.

SEADE, 2015. Disponível em: < <http://www.seade.gov.br/2015/>>. Acesso em 15/10/2015.

SEBRAE, 2012. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/O-ques%3%A3o-neg%3%B3cios-sociais>. Acesso em 15/10/2016.

SEVERINO, A. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo, Cortez, 2014.

TEODÓSIO, Armindo dos S. de S.; COMINI, Graziella. Inclusive business and poverty: prospects in Brazilian context. **Revista de Administração – RAUSP**, v. 47, n. 3, p. 410-421, jul/set. 2012.

YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS, 2012. Disponível em: <http://www.yunusnegociossociais.com/#!diferentes-modelos-de-negcios/>. Acesso em 16 de outubro de 2016.

YUNUS, Muhammad; MOINGEON, Bertrand e LEHMANN, Laurence. **Building Social Business Models**: Lessons from the Grameen Experience. 2012. Disponível em: <<https://hal-hec.archivesouvertes.fr/hal-00528385>>. Acesso em 16 set, 2014.

## APÊNDICE A – Questionário utilizado para envio aos empresários.

### 1. Conheço outros Negócios Sociais no Brasil?

É preciso que a empresa TENHA FINS LUCRATIVOS, ou seja, não buscamos ONGs, associações e congêneres.

- Sim
- Não

### 2. Os Negócios Sociais que conheço são os seguintes:

Citar o nome da empresa e, se possível, um contato.

### 3. Gostaria de participar de uma rede de Negócios Sociais no Brasil?

Participar de encontros, rodada de investimento e apoio, comunicação em rede, sites e portais etc.

- Sim, tenho total interesse.
- Sim, tenho interesse, mas gostaria de mais informações.
- Não tenho interesse.
- Outro:

### 4. O que pode contribuir para o seu crescimento e a melhoria do seu Negócio Social?

Escolha as alternativas que respondam às suas necessidades profissionais e do seu Negócio Social.

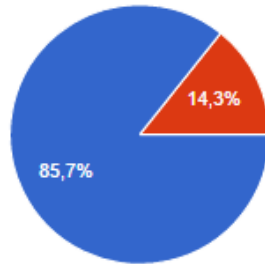
- Treinamentos e Capacitações
- Contato com Investidores e Aceleradoras
- Consultorias de Gestão
- Conhecer modelos e técnicas que aumentem o lucro.
- Pesquisas Profissionais de Mercado
- Apoio Técnico das Universidades
- Assessoria Profissional de Marketing
- Assessoria Profissional em RH
- Conhecer técnicas para Controle e Gestão Financeira
- Assessoria Profissional em Logística
- Planejamento Estratégico e Posicionamento de Mercado
- Consultoria em Branding
- Outro:

### 5. Gostaria de receber mais informações sobre os Negócios Sociais no Brasil.

Solicitamos o NOME da sua organização, PESSOAS de contato e respectivos E-MAILS para retorno e contato futuro.

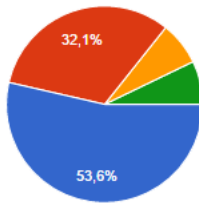
## ANEXO A – Resumo das respostas do questionário no Google Forms

### 1. Conheço outros Negócios Sociais no Brasil?



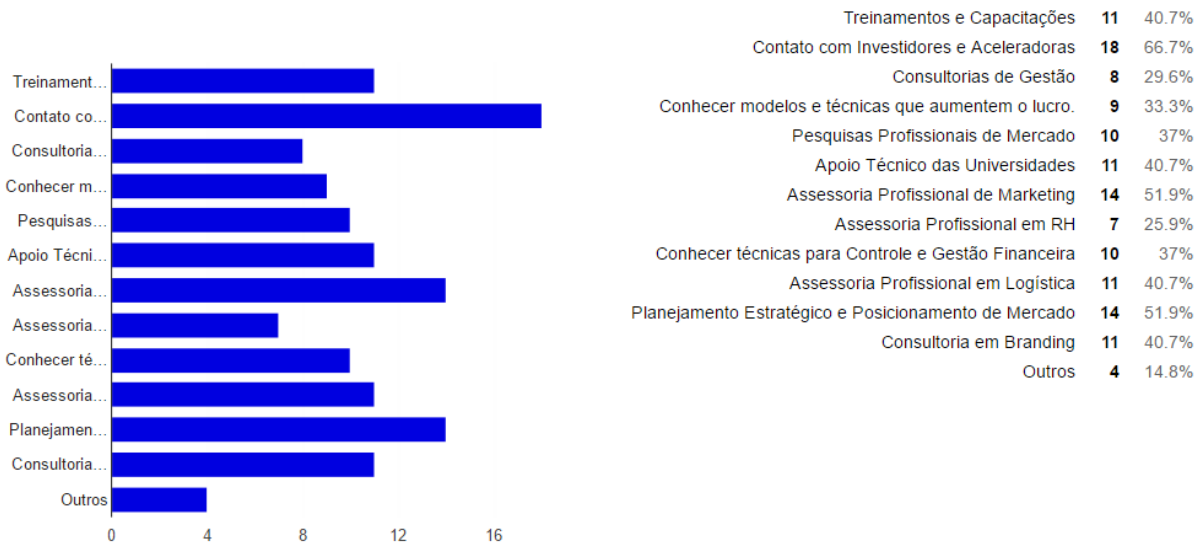
Sim **24** 85.7%  
 Não **4** 14.3%

### 3. Gostaria de participar de uma rede de Negócios Sociais no Brasil?



Sim, tenho total interesse. **15** 53.6%  
 Sim, tenho interesse, mas gostaria de mais informações. **9** 32.1%  
 Não tenho interesse. **2** 7.1%  
 Outros **2** 7.1%

### 4. O que pode contribuir para o seu crescimento e a melhoria do seu Negócio Social?



ANEXO B – Tabelas das empresas encontradas

**COOPERATIVAS**

<b>Nome da Empresa</b>	<b>Ramo de Atuação</b>	<b>Atividade</b>	<b>Posicionamento em relação á distribuição do lucro</b>
<b>100 Dimensão</b>	Sustentabilidade	Coleta Seletiva	Cooperativa
<b>Comaru</b>	Sustentabilidade	Coleta Seletiva	Cooperativa
<b>COOFEC'S</b>	Sustentabilidade	Empreendimentos solidários	Cooperativa
<b>Cooabras</b>	Habitação	Cooperativa Habitacional	Cooperativa
<b>COOPA-ROCA</b>	Sustentabilidade	Gerencia de trabalhos artesanais	Cooperativa
<b>JUSTA TRAMA</b>	Sustentabilidade	Confecção de tecidos orgânicos	Cooperativa

**NEGÓCIOS INCLUSIVOS**

<b>Nome da Empresa</b>	<b>Ramo de Atuação</b>	<b>Atividade</b>	<b>Posicionamento em relação á distribuição do lucro</b>
<b>2&amp;Meio</b>	Empregabilidade	Corretora de seguros	Com restrição
<b>ARTE DESPERTAR</b>	Saúde	Comunicação artística	Com restrição
<b>EGALITÉ</b>	Tecnologia Assistiva	Recrutamento de profissionais com deficiência	Sem restrição
<b>F123</b>	Tecnologia Assistiva	Software educacional para deficientes visuais	Sem restrição
<b>Fellicia Design e Decoração</b>	Sustentabilidade	Uso sustentável de matérias primas	Sem restrição
<b>FRUTA SA</b>	Sustentabilidade	Produção orgânica de frutas	Sem restrição
<b>GCA - Grupo Carteiro Amigo</b>	Empregabilidade	Solução em entrega de correspondências	Sem restrição
<b>HAND TALK</b>	Tecnologia Assistiva	Software de tradução para Língua de Sinais	Sem restrição
<b>INCLUIR TECNOLOGIA</b>	Tecnologia Assistiva	Equipamentos para pessoas especiais	Sem restrição
<b>Livox</b>	Tecnologia Assistiva	Serviços e treinamentos para pessoas especiais	Sem restrição
<b>Mobile Metrix</b>	Tecnologia Assistiva	Conecta comunidades com produtos e serviços	Sem restrição

<b>OURO VERDE AMAZONIA</b>	Empregabilidade	Agroindústria e extrativismo	Sem restrição
<b>Positive Drop</b>	Saúde	Aplicativo de doadores de sangue	Sem restrição
<b>QUE FALA!</b>	Tecnologia Assistiva	Desenvolve programas de computador	Sem restrição
<b>Rede Asta</b>	Empregabilidade	Criação de canais de venda para artesãos	Sem restrição
<b>Tekoha</b>	Empregabilidade	Criação de canais de venda para artesãos	Sem restrição
<b>The Products</b>	Tecnologia Assistiva	Produtos de design de base tecnológica	Sem restrição

### NEGÓCIOS DA BASE DA PIRÂMIDE

<b>Nome da Empresa</b>	<b>Ramo de Atuação</b>	<b>Atividade</b>	<b>Posicionamento em relação á distribuição do lucro</b>
<b>60 SAÚDE</b>	Saúde	Clínica médica ao idoso	Sem restrição
<b>4You2</b>	Educação	Escola de inglês	Sem restrição
<b>Aventura de Construir</b>	Consultoria	Assessoria e capacitação para microempreendedores	Sem restrição
<b>Case e Café</b>	Empregabilidade	Site de recrutamento de profissionais domésticos	Sem restrição
<b>Clínica Cidadã</b>	Saúde	Clínicas médicas populares	Sem restrição
<b>COS ODONTO</b>	Saúde	Clínica odontológica	Sem restrição
<b>Fez ta pronto</b>	Habitação	Fornecer imóveis financeiramente acessíveis	Sem restrição
<b>Gag</b>	Serviços Financeiros	Investidora de projetos de base da pirâmide	Sem restrição
<b>Kapa+ EcoProdutos</b>	Empregabilidade	Fibras naturais e tecidos ecológicos	Sem restrição
<b>Moradigna</b>	Habitação	Reformas Habitacionais	Sem restrição
<b>Plano CDE</b>	Consultoria	Consultoria administrativa em Classes CDE.	Sem restrição
<b>Policlínica Granato</b>	Saúde	Clínica médica acessível	Sem restrição
<b>Vai voando</b>	Plataforma virtual	Passagens aéreas de compra pré-paga	Sem restrição

## EMPRESAS DO MODELO SISTEMA B

Nome da Empresa	Ramo de Atuação	Atividade	Posicionamento em relação á distribuição do lucro
<b>Aoka</b>	Sustentabilidade	Criação de experiências interculturais	Sem restrição
<b>Avante</b>	Serviços Financeiros	Soluções financeiras para o microempreendedor	Sem restrição
<b>Beraca</b>	Sustentabilidade	Desenvolvimento de tecnologias sustentáveis	Sem restrição

## NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL

Nome da Empresa	Ramo de Atuação	Atividade	Posicionamento em relação á distribuição do lucro
<b>EcoSocial</b>	Consultoria	Consultoria, Coaching e Treinamento	Com restrição
<b>100 (Por Cento) Amazonia</b>	Sustentabilidade	Produtos de base florestal renovável	Com restrição
<b>100 Pepinos</b>	Sustentabilidade	Plataforma para reformas e obras	Com restrição
<b>3ID FISIOTERAPIA</b>	Saúde	Fisioterapia especializada para o idoso	Com restrição
<b>A Gente Transforma</b>	Educação	Projeto de criação coletiva	Com restrição
<b>Aegea Saneamento</b>	Sustentabilidade	Tratamento de água	Com restrição
<b>Agcsol</b>	Educação	Agência de comunicação	Com restrição
<b>Aliança Empreendedora</b>	Consultoria	Apoia microempreendedores e grupos comunitários	Sem restrição
<b>Amata</b>	Sustentabilidade	Produção de madeira certificada	Sem restrição
<b>Anfib</b>	Sustentabilidade	Mobilidade através do uso de bicicletas	Sem restrição
<b>Artesol</b>	Sustentabilidade	Programa social solidário	Sem restrição
<b>ASSOBIO</b>	Sustentabilidade	Soluções de reflorestamento	Sem restrição
<b>BACKPACKER</b>	Educação	Plataforma de aprendizagem em idiomas	Sem restrição
<b>Balcão de Empregos</b>	Empregabilidade	Site de recrutamento e seleção de profissionais	Sem restrição

<b>BANCO PÉROLA</b>	Serviços Financeiros	Banco que fornece crédito para classes C,D,E	Sem restrição
<b>Beeconomics</b>	Sustentabilidade	Produção de cosméticos naturais	Sem restrição
<b>Bille</b>	Plataforma virtual		Sem restrição
<b>Bio Fair Trade</b>	Sustentabilidade	Desenvolvimento sustentável ao pequeno produtor	Sem restrição
<b>Biofilica</b>	Sustentabilidade	Comercialização de serviços ambientais	Sem restrição
<b>Bioon</b>	Sustentabilidade	Comércio de produtos orgânicos.	Sem restrição
<b>BIVA</b>	Serviços Financeiros	Plataforma de empréstimos entre pessoas	Sem restrição
<b>Bliive</b>	Plataforma virtual	Compartilhamento de experiências de Usuários	Sem restrição
<b>Bondetrampo</b>	Empregabilidade	Site de recrutamento e seleção de profissionais	Sem restrição
<b>Briix</b>	Serviços Financeiros	Plataforma de investimentos	Sem restrição
<b>CARBONO ZERO</b>	Sustentabilidade	Serviços de entregas express	Sem restrição
<b>Carlotas</b>	Educação	Soluções através da arte	Sem restrição
<b>Casa Cuca</b>	Educação	Materiais de apoio ao letramento	Sem restrição
<b>Casa de Viver</b>	Empregabilidade	Espaço de Co-working	Sem restrição
<b>Catarse</b>	Serviços Financeiros	Plataforma de financiamento coletivo	Sem restrição
<b>CLÍNICA SIM Sua Clínica Popular</b>	Saúde	Serviço de saúde acessível	Sem restrição
<b>Colab</b>	Plataforma virtual	Aplicativo fiscaliza as áreas de risco das cidades	Sem restrição
<b>Conecturma</b>	Educação	Plataforma adaptativa de ensino	Sem restrição
<b>Confia ME</b>	Educação	Desenvolvimento de projetos e palestras	Sem restrição
<b>CONTROL Y</b>	Serviços Financeiros	Assessoria financeira pessoal	Sem restrição
<b>Cota Comigo</b>	Plataforma virtual	Orçamentos de material de construção	Sem restrição
<b>Cristalino Lodge</b>	Sustentabilidade	Atividades de ecoturismo	Sem restrição
<b>Curuja Educação</b>	Educação	Plataforma de avaliação educacional	Sem restrição
<b>Damha Urbanizadora</b>	Sustentabilidade	Construtora urbanística	Sem restrição
<b>DATAEDUC</b>	Educação	Soluções integradas para educação	Sem restrição
<b>Descarte Correto</b>	Sustentabilidade	Gestão de resíduos tecnológicos e coletas	Sem restrição
<b>DoLadoDeCá</b>	Educação	Conecta profissionais	Sem restrição



<b>DOSSIER DIGITAL</b>	Educação	Serviços Técnicos em Informática	Sem restrição
<b>Dr. Consulta</b>	Saúde	Clínicas médicas populares	Sem restrição
<b>É nois</b>	Educação	Agência de Jornalismo	Sem restrição
<b>Ecco Sustentavel</b>	Sustentabilidade	Soluções ecologicamente corretas	Sem restrição
<b>Eco Service</b>	Sustentabilidade	Energia Solar	Sem restrição
<b>ECOSINTONIA</b>	Sustentabilidade	Soluções de sustentabilidade	Sem restrição
<b>ECTAS</b>	Sustentabilidade	Tratamento de efluentes domésticos	Sem restrição
<b>EduCareer</b>	Educação	Soluções para IES	Sem restrição
<b>EDUKAR</b>	Serviços financeiros	Financiamento em formação profissional	Sem restrição
<b>EDUSIM</b>	Educação	Plataforma de aprendizagem colaborativa	Sem restrição
<b>Eruga</b>	Inclusão digital	Aplicativo de temas educacionais	Sem restrição
<b>EVOBOOK</b>	Educação	Aulas digitais interativas	Sem restrição
<b>EWALLY</b>	Serviços Financeiros	Aplicativo de pagamentos pelo celular	Sem restrição
<b>FABRICA DE APLICATIVOS</b>	Educação	Criação de aplicativos	Sem restrição
<b>FACILITA SAÚDE</b>	Saúde	Serviço de saúde acessível	Sem restrição
<b>Favela Jobs</b>	Plataforma virtual	Plataforma divulgação de empregos e cursos	Sem restrição
<b>Gastromotiva Associação Incubadora Social Gastromotiva</b>	Empregabilidade	Cursos de capacitação, eventos em comunidades	Sem restrição
<b>GEEKIE</b>	Educação	Plataforma de estudo pré vestibular	Sem restrição
<b>Gera</b>	Serviços Financeiros	Investidora focada em educação	Sem restrição
<b>GERASOL DO BRASIL</b>	Sustentabilidade	Desenvolvimento sustentável de energia	Sem restrição
<b>Gliconline</b>	Saúde	Acompanhamento de tratamentos	Sem restrição
<b>GOMA</b>	Educação	Espaço de Crowworking	Sem restrição
<b>Gooc</b>	Sustentabilidade	Reutilização de pneus	Sem restrição
<b>Greentee</b>	Sustentabilidade	Confecção de tecidos orgânicos	Sem restrição
<b>Guten</b>	Inclusão digital	Aplicativo de leitura divertida e interativa	Sem restrição
<b>Hostel Favela Santa Marta</b>	Habitação	Hostel por um preço acessível à população.	Sem restrição
<b>IES2 - Inovação, Educação e</b>	Educação	Desenvolvimento de produtos educacionais	Sem restrição

<b>Soluções Tecnológicas.</b>			
<b>Impact hub</b>	Empregabilidade	Espaço de trabalho compartilhado	Sem restrição
<b>INK</b>	Consultoria	Gestão de Projetos Sociais e Ambientais	Sem restrição
<b>Insolar</b>	Sustentabilidade	Energia Solar	Sem restrição
<b>Já Entendi</b>	Educação	Portal informativo pré vestibular	Sem restrição
<b>JOY STREET</b>	Educação	Plataforma de aprendizagem online	Sem restrição
<b>Jucaí</b>	Sustentabilidade	Alimentos Sustentáveis	Sem restrição
<b>KIDOPI</b>	Saúde	Desenvolvimento de sistemas hospitalar	Sem restrição
<b>KIDU</b>	Educação	Plataforma de aprendizagem online	Sem restrição
<b>KIDUCA</b>	Educação	Jogos educacionais	Sem restrição
<b>KONKERO</b>	Serviços Financeiros	Portal online informativo em finanças	Sem restrição
<b>Levante Desing</b>	Educação	Soluções colaborativas para empreendedores	Sem restrição
<b>LugarParaFicar</b>	Plataforma virtual	Site de reservas de aluguéis	Sem restrição
<b>LUKA MACHINE</b>	Plataforma virtual	Suporte técnico, manutenção em TI	Sem restrição
<b>Mae Terra</b>	Sustentabilidade	Alimentos Naturais	Sem restrição
<b>Magnamed</b>	Saúde	Soluções de ventilação pulmonar	Sem restrição
<b>Markato</b>	Empregabilidade	Venda de alimentos para festas e lanchonetes	Sem restrição
<b>Masisa</b>	Sustentabilidade	Designer em madeiras	Sem restrição
<b>Maternativa</b>	Plataforma virtual	Portal de empreendedorismo materno	Sem restrição
<b>Menina de Laço</b>	Empregabilidade	Vende acessórios infantis no varejo	Sem restrição
<b>MEPLIS</b>	Saúde	Soluções de saúde no Brasil e exterior	Sem restrição
<b>MERITT</b>	Educação	Portal informativo educacional	Sem restrição
<b>Meu Doutor</b>	Saúde	Clínicas médicas populares	Sem restrição
<b>MGOV</b>	Consultoria	Consultoria em gestão de política públicas	Sem restrição
<b>Monster Joy</b>	Educação	Aplicativo de comunicação	Sem restrição
<b>Morada da Floresta</b>	Sustentabilidade	Soluções socioambientais, cursos, produtos e serviços	Sem restrição
<b>Mov</b>	Serviços financeiros	Investidora em negócios inovadores de impacto	Sem restrição
<b>Mulheres Querem</b>	Empregabilidade	Organização e produção de eventos	Sem restrição
<b>MULTI ORTO</b>	Saúde	Clínica odontológica	Sem restrição

<b>Museus Acessíveis</b>	Consultoria	Consultoria em Acessibilidade Cultural	Sem restrição
<b>Namaste Organicos</b>	Sustentabilidade	Alimentos Naturais	Sem restrição
<b>NBS Rio+Rio</b>	Empregabilidade	Agencia de projetos/iniciativas em comunidades	Sem restrição
<b>NEOFUTURO</b>	Educação	Atendimento ao ensino público	Sem restrição
<b>NEURO GAMES</b>	Educação	Jogos educacionais	Sem restrição
<b>Next View</b>	Consultoria	Serviço de outsourcing de profissionais de TI	Sem restrição
<b>Ninui</b>	Inclusão digital	Portal de e-commerce	Sem restrição
<b>Nossa Cidade</b>	Sustentabilidade	Desenvolvimento socioeconômico sustentável.	Sem restrição
<b>OLHA A CONTA</b>	Serviços Financeiros	Sistema móvel de movimentação financeira	Sem restrição
<b>Papel Semente</b>	Sustentabilidade	Produção de papel artesanal	Sem restrição
<b>Pe deFeijão</b>	Sustentabilidade	Projeto social educacional	Sem restrição
<b>Plantepramim</b>	Sustentabilidade	Alimentos orgânicos	Sem restrição
<b>Pratic</b>	Saúde	Lentes de contato acessíveis	Sem restrição
<b>Primeiro Livro</b>	Plataforma virtual	Produção de Livro	Sem restrição
<b>Profes</b>	Educação	Portal de aulas particulares	Sem restrição
<b>PROGRAMA VIVENDA</b>	Habitação	Reformas Habitacionais	Sem restrição
<b>Prontus</b>	Saúde	Tecnologia aplicada à saúde	Sem restrição
<b>QMÁGICO</b>	Educação	Personalização de ensino e aprendizagem	Sem restrição
<b>QUERO ESSA</b>	Empregabilidade		Sem restrição
<b>Quitei</b>	Plataforma virtual	Site para pagamento de dívidas com descontos	Sem restrição
<b>Raízes Desenvolvimento Sustentável</b>	Sustentabilidade	Experiências de enriquecimento cultural	Sem restrição
<b>Recicla ECO Social</b>	Sustentabilidade	Produção de produtos plástico	Sem restrição
<b>Reciclatech</b>	Sustentabilidade	Proteção ambiental	Sem restrição
<b>Recicleiros</b>	Sustentabilidade	Soluções para resíduos sólidos	Sem restrição
<b>Rede Annapurna</b>	Sustentabilidade	Produção caseira de alimentos	Sem restrição
<b>Retalhar</b>	Sustentabilidade	Soluções socioambientais de resíduos têxteis	Sem restrição
<b>Saladorama</b>	Saúde	Acesso à alimentação saudável	Sem restrição
<b>Sambazon</b>	Sustentabilidade	Produção de produtos orgânicos	Sem restrição
<b>SAÚTIL</b>	Saúde	Buscador de informações pública de saúde	Sem restrição

<b>Sementes Brillhantes</b>	Tecnologia Assistiva	Atividades de estimulação da função cognitiva	Sem restrição
<b>SEMENTES DE PAZ</b>	Sustentabilidade	Produção de produtos ecológicos e alimentos	Sem restrição
<b>Sicoob Saromcredi</b>	Serviços Financeiros	Sistema financeiro cooperativo	Sem restrição
<b>SINAPSE VIRTUAL</b>	Inclusão digital	Aplicativo de Games	Sem restrição
<b>Socioambiental Consultores Associados</b>	Sustentabilidade	Serviços de saneamento e controle de poluição	Sem restrição
<b>SOLIDARIUM</b>	Sustentabilidade	Produção de manufatura	Sem restrição
<b>TA NA HORA Saúde Digital</b>	Saúde	Gestão de comunicação interativas	Sem restrição
<b>Tamboro</b>	Educação	Inovação em metodologias de ensino	Sem restrição
<b>Tc Urbes</b>	Consultoria	Consultoria em Planos e projetos em mobilidade	Sem restrição
<b>Terpenoil</b>	Sustentabilidade	Produção de ativos naturais	Sem restrição
<b>Terra Nova</b>	Sustentabilidade	Regularização Fundiária Sustentável	Sem restrição
<b>Terracycle</b>	Sustentabilidade	Destinação correta de resíduos	Sem restrição
<b>TICEDUCA</b>	Educação	Inovação em metodologias de ensino	Sem restrição
<b>Timokids</b>	Tecnologia Assistiva	Aplicativo com conteúdo infantil	Sem restrição
<b>To Life</b>	Saúde	Soluções tecnológicas a saúde	Sem restrição
<b>TOGARANTIDO</b>	Serviços Financeiros	Plataforma online de venda de seguros	Sem restrição
<b>Treebos</b>	Sustentabilidade	Agricultura sustentável	Sem restrição
<b>TREINA LINK</b>	Educação	Capacitação profissional online	Sem restrição
<b>Tribanco</b>	Serviços Financeiros	Banco que fornece crédito para empresas e pessoas	Sem restrição
<b>Turismo Consciente</b>	Sustentabilidade	Operadora de turismo	Sem restrição
<b>Urban 3D</b>	Sustentabilidade	Desenvolve matéria-prima e sistemas de construção	Sem restrição
<b>Velimobi</b>	Sustentabilidade	Projetos sustentáveis urbanos	Sem restrição
<b>Vestiu Bem</b>	Plataforma virtual	E-commerce de moda	Sem restrição
<b>Vitesoft</b>	Plataforma virtual	Criação de sistemas de espaços publicitários	Sem restrição
<b>VOX CAPITAL</b>	Serviços Financeiros	Investidora em negócios inovadores de impacto	Sem restrição
<b>Vuelo</b>	Sustentabilidade	Criações reinventadas/sustentáveis de roupas	Sem restrição

<b>Web Scientia</b>	Plataforma virtual	Plataforma de estudos	Sem restrição
<b>WIKIMAPA</b>	Plataforma virtual	Mapa virtual colaborativo	Sem restrição
<b>WORKS</b>	Educação	Curso online para microempreendedores	Sem restrição
<b>Wpensar</b>	Tecnologia Assistiva	Sistema online de fluxo de documentos	Sem restrição
<b>WTT</b>	Plataforma virtual	Soluções tecnológicas sociais e ambientais.	Sem restrição
<b>XMILE LEARNING</b>	Educação	Jogos educacionais	Sem restrição
<b>Y Generation</b>	Educação	E-learning	Sem restrição
<b>Zap Saude</b>	Saúde	Clínicas médicas populares	Sem restrição
<b>Zuggi</b>	Tecnologia Assistiva	Software que filtra conteúdos inadequados	Sem restrição
<b>MedCloud</b>	Saúde	Gerenciamento de dados de saúde	Sem restrição