



**GUIA SOBRE
OFERTA DE
CAPITAL PARA
NEGÓCIOS DE
IMPACTO SOCIAL**





2016. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio do Janeiro – Sebrae/RJ
Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação de direitos autorais (Lei nº 9.610).

Informações e contatos

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empre-sas no Estado do Rio de Janeiro - Sebrae/RJ
Rua Santa Luzia, 685 - 6º, 7º e 9º andares - Centro - Rio de Janeiro - RJ - CEP: 20030-041
Telefone: 0800 570 0800 - site: www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Carla Pinheiro

Diretor-superintendente

Cezar Vasquez

Diretores

Armando Clemente

Evandro Peçanha Alves

Gerência de Articulação Institucional

Frederico José Bandeira de Mello Novaes – Gerente

Carla Teixeira Panisset – Coordenadora

Juliana C. Carlos de Oliveira - Analista

Eduardo Magalhães - Analista

Consultoras

Raquel Diniz

Anette Kaminski

Projeto gráfico e diagramação

Agência Dupla Criativa

SUMÁRIO



APRESENTAÇÃO	4
INTRODUÇÃO: NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL	5
ESTÁGIOS DE UM NEGÓCIO DE IMPACTO SOCIAL: NECESSIDADES E DESAFIOS	6
PRINCIPAIS FONTES DE FINANCIAMENTO E INSTRUMENTOS FINANCEIROS	11
QUADRO SÍNTESE DAS FONTES DE FINANCIAMENTO	12
RECURSOS PRÓPRIOS	13
FAMILIARES E AMIGOS	14
DOAÇÕES / CAPITAL SEM RETORNO (FILANTROPIA)	15
CROWDFUNDING (FINANCIAMENTO COLETIVO)	16
MICROCRÉDITO PRODUTIVO E ORIENTADO (MPO)	17
ACELERADORAS	18
INVESTIMENTO ANJO	19
SUBVENÇÃO ECONÔMICA E EMPRÉSTIMO SUBSIDIADO	20
EQUITY CROWDFUNDING (INVESTIMENTO COLETIVO)	22
FUNDOS DE INVESTIMENTO DE IMPACTO	24
EMPRÉSTIMO SOCIOAMBIENTAL	26
FINANCIAMENTO BANCÁRIO	27
PARA CONHECER! INSTRUMENTOS FINANCEIROS DE VENTURE CAPITAL E PRIVATE EQUITY NOS NEGÓCIOS TRADICIONAIS	28
INICIATIVAS ATUAIS E IMPORTANTES PARA AMPLIAR A OFERTA DE CAPITAL AOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL	29
A IMPORTÂNCIA DA MEDIÇÃO DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL	30
CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES	32
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	34
REFERÊNCIAS	36



Apresentação

Desde de 2012, o Sebrae/RJ vem trabalhando de forma intensa com Negócios de Impacto Social (NIS). É um parceiro atuante do ecossistema de instituições de apoio aos negócios de impacto do estado do Rio de Janeiro, disseminador do tema e mobilizador de empreendedores. Da primeira 'Maratona de Negócios Sociais', realizada em dezembro de 2012, foram muitas oportunidades de aprendizados coletivos com diferentes organizações parceiras no ecossistema e, sobretudo, pelo contato direto com os empreendedores que já gerenciam seus negócios ou potenciais empreendedores que pretendem atuar nesse segmento.

Em julho de 2016, lançamos o relatório da 'Pesquisa do Ecossistema de Negócios de Impacto Social do Rio de Janeiro' e, junto com outros parceiros, apresentamos um mapeamento das instituições de apoio no Estado. Desse trabalho nasceram duas publicações: o relatório consolidado da pesquisa acima citada e o 'Guia de Bolso dos Serviços Ofertados por Instituições de Apoio aos Empreendedores'.

Esse novo guia faz parte desta série de publicações que têm sido produzidas com o objetivo de dar acesso à informação, apoio e suporte ao desenvolvimento dos negócios de impacto social. Nosso desejo é facilitar o dia a dia do empreendedor e ampliar sua capacidade de compreensão do ecossistema de negócios de impacto social.

Os negócios de impacto social têm se mostrado uma alternativa para o desenvolvimento econômico sustentável, inclusivo e mais justo, além de vir assumindo caráter estratégico no desenvolvimento socioeconômico; na geração de emprego; na distribuição de renda; na inclusão social produtiva; na geração de tributos; e no atendimento a demandas socioambientais da base da pirâmide.

Uma questão recorrente entre os empreendedores de NIS está relacionada à captação de recursos e oferta de capital, tanto sobre quem são os possíveis apoiadores financeiros, quanto sobre o que existe para ser acessado em cada um dos diferentes estágios de desenvolvimento dos negócios.



Introdução: negócios de impacto social

Os negócios de impacto são negócios que geram, simultaneamente, impactos socioambientais e resultado financeiro positivo. Ou seja, são negócios que buscam impactar positivamente a sociedade por meio da venda de produtos e/ou serviços.

São modelos híbridos de negócios, nos quais gerar lucro e comprometimento com a minimização dos problemas sociais caminham juntos, rompendo com as tradicionais fronteiras entre setor social e privado, entre os negócios e os impactos sociais.

Para o SEBRAE, negócios de impacto social são “iniciativas economicamente rentáveis que, por meio da sua atividade principal, oferecem soluções para problemas sociais e/ou ambientais, utilizando mecanismos de mercado”. Essa é a conceituação adotada também pela Artemísia, organização sem fins lucrativos, pioneira na disseminação e no fomento de negócios de impacto social no Brasil.

Resumidamente, para o SEBRAE as principais características de um negócio de impacto social são:



Motivação principal em minimizar um problema social e ambiental: possuem missão explícita de causar impacto social.



A atividade principal é que gera impacto social, ou seja, não se trata de um projeto da organização ou iniciativa separada do negócio, e sim de sua atividade principal.



Incluir grupos de baixa renda na cadeia produtiva de valor, como proprietários, sócios, parceiros, funcionários, fornecedores ou distribuidores.



Apresenta inovação no modelo de negócio (por exemplo, no modelo de distribuição, no produto ou serviço ou no sistema de precificação).



Distribuição ou não de dividendos: um negócio pode ou não distribuir dividendos a acionistas, não sendo, porém, esse um critério para definir negócios de impacto social.



Viabilidade econômica é estruturada por meio de um modelo que garanta rentabilidade a partir da comercialização de produtos ou serviços e não apenas de doações e subsídios.



O formato de gestão tende a ser inovador e horizontal.





Estágios de um negócio de impacto social: necessidades e desafios



Assim como um negócio tradicional, os negócios de impacto social passam por fases diferentes de maturidade que requerem habilidades e estratégias específicas. O Instituto Quintessa utiliza a nomenclatura “estágios” para representar as quatro fases de desenvolvimento. O SEBRAE também adota essa caracterização e, para facilitar a sua compreensão sobre os mesmos, associamos um nome a cada um desses estágios.

Faremos abaixo uma breve explicação dos quatro estágios, suas principais características, necessidades e desafios que o empreendedor deve enfrentar e gerenciar.

-  **Estágio 1** Estou no começo da minha trajetória empreendedora. É o momento de explorar e realizar pesquisas iniciais para ter mais certeza sobre a minha ideia de negócio.
-  **Estágio 2** Já tenho clareza sobre a minha ideia de negócio, mas preciso entender como vou colocá-la em prática. É o momento de realizar testes e protótipos para aperfeiçoar o modelo de negócio.
-  **Estágio 3** Meu negócio já existe juridicamente, está operando e realizei as primeiras vendas. É o momento de estruturá-lo e profissionalizar sua gestão.
-  **Estágio 4** Meu negócio está estruturado e preparado para crescer. É o momento de expandir.

Fonte Quintessa, edição 2015



Estágio 1 - Ideação



O que é?

Começo da trajetória empreendedora. É o momento de explorar e realizar pesquisas iniciais para ter mais certeza sobre a ideia de negócio.

Fase de concepção e desenvolvimento da ideia, que começa por meio da identificação de uma necessidade e a busca de oportunidade (s) para supri-la.



Característica

A fase da ideia traz entusiasmo e confiança. O empreendedor deve começar a se perguntar sobre seu mercado, clientes, fontes de recursos e detalhes operacionais do seu futuro negócio.

Necessidades que devem ser endereçadas:

- ✓ Entender as reais necessidades/demandas dos clientes.
- ✓ Compreender e aprofundar as reais motivações e intencionalidades.
- ✓ Desenvolver uma proposta de valor para os clientes.
- ✓ Fazer pesquisas e estudos de mercado para desenvolver o plano de negócios.
- ✓ Desenvolver o Canvas e também um modelo padrão do plano de negócio.
- ✓ Elaborar a teoria de mudança a ser proposta pelo core business e construir uma matriz de indicadores.
- ✓ Produzir protótipos das principais tecnologias, produtos ou serviços para serem validados.
- ✓ Mobilizar o público que será impactado pelos resultados do NIS, alinhar sobre os processos e expectativas em relação ao empreendimento, sobretudo quando os mesmos não são clientes diretos do NIS.

Desafios mais comuns:

- ✓ Clareza do problema social que deseja endereçar.
- ✓ Identificação dos públicos e/ou territórios de intervenção, de preferência com uso de pesquisas de diagnóstico.
- ✓ Determinação da estrutura de custos e precificação dos produtos ou serviços.
- ✓ Manutenção do foco nas necessidades do público alvo (tendo clareza de quem são os clientes e beneficiários).
- ✓ Conhecimento para cumprir normas e leis.
- ✓ Eficácia das ações de comunicação.
- ✓ Geração de valor agregado para o cliente e/ou beneficiários, quando esses forem diferentes; assegurar que os clientes percebam o valor do serviço / produto.
- ✓ Definição do que se quer alterar com a intervenção que será operacionalizada por meio do negócio de impacto social.



Estágio 2 - Validação



O que é?

Fase em que o empreendedor (a) coloca na prática, de forma organizada e intencional, seu plano de negócio. É o momento de realizar testes e protótipos para aperfeiçoar o modelo de negócio visando sentir a reação do mercado em relação a seu produto e serviço e dos seus beneficiários que serão impactados pelos resultados positivos que o NIS deseja causar.



Característica

Nessa fase o desenvolvimento do negócio deve ser planejado de acordo com as demandas do mercado. Os recursos e os meios necessários para a autossuficiência do negócio também devem ser foco na fase de arranque.

Necessidades que devem ser endereçadas:

- ✓ Rever o planejamento estratégico, as necessidades de financiamento e as previsões de tempo necessário para o retorno financeiro. O planejamento do negócio deve ser bastante flexível para se adaptar aos diferentes desafios do mercado.
- ✓ Determinar com clareza o público-alvo por meio de testes de mercado com clientes reais, iniciando a geração de receitas.
- ✓ Conduzir avaliações iniciais para levantar se há evidências de que a iniciativa irá, de fato, beneficiar o público-alvo.
- ✓ Utilizar as lições aprendidas nas validações para refinar as tecnologias, produtos ou serviços demandados e refinar o modelo de negócio como um todo.
- ✓ Estruturar a gestão financeira.

Desafios mais comuns:

- ✓ Formalização do negócio.
- ✓ Compreender as estratégias da concorrência.
- ✓ Estruturação da política de comercialização.
- ✓ Realização e análise de pesquisas de mercado.
- ✓ Aproximação com o público-alvo para conhecer seu perfil e produzir ofertas que atendam às suas necessidades; conquista da confiança e geração de impulso de compra.
- ✓ Divulgação da marca; experimentação com potenciais clientes para entender o quanto eles valorizam o que está sendo oferecido.
- ✓ Manter foco na venda das vantagens e benefícios do produto ou serviço; equacionar as necessidades econômicas e financeiras do negócio.
- ✓ Separar despesas pessoais e do negócio.
- ✓ Analisar os impactos sociais do negócio.



Estágio 3 - Lançamento e operação



O que é?

É a fase em que o negócio está focado em sua consolidação do mercado, nos impactos sociais a um determinado grupo de pessoas e no aumento de sua competitividade. Ele já existe juridicamente, está operando e realizou as primeiras vendas. É o momento de estruturá-lo e profissionalizar sua gestão. A preocupação não é mais a autossuficiência e a simples presença no mercado, mas, sobretudo, o crescimento e expansão de sua atuação, inclusive em ampliar o seu impacto social de forma qualitativa e/ou quantitativa.



Característica

O maior desafio é exatamente o crescimento. Mais clientes trazem mais oportunidades e necessidades.

Necessidades que devem ser endereçadas:

- ✓ Aprimorar o conhecimento sobre os clientes e demanda de maneira constante.
- ✓ Desenvolver cadeias de valor.
- ✓ Construir capacidades organizacionais para estruturar e, posteriormente, escalar o negócio.
- ✓ Definir aspectos relacionados com distribuição, promoções, precificação (visando também à próxima fase de expansão).
- ✓ Expandir a base de fornecedores e gerir a rede de parceiros.
- ✓ Melhorar a comunicação do negócio de impacto social.
- ✓ Utilizar indicadores financeiros e sociais para verificar o desempenho do negócio. Estruturar práticas de gestão condizentes com a nova realidade.
- ✓ Constante mobilização da rede de parceiros relacionada com o negócio e com os impactos sociais.

Desafios mais comuns:

- ✓ Garantir a sobrevivência do negócio.
- ✓ Oferecer meios eletrônicos seguros de pagamento.
- ✓ Organizar a logística (armazenamento, distribuição e produção).
- ✓ Manter ou expandir a capacidade de produção e atendimento.
- ✓ Propaganda / publicidade.
- ✓ Canais de venda e atendimento; comércio eletrônico.
- ✓ Estruturação de marketing de relacionamento com clientes.
- ✓ Construir a confiabilidade da marca.
- ✓ Exposição da marca e presença do negócio em mídias sociais.
- ✓ Conquista e retenção de clientes.
- ✓ Uso de tecnologias modernas.
- ✓ Equipe de vendas capacitadas.
- ✓ Fixação da marca na mente do cliente / consumidor.
- ✓ Uso de instrumentos de marketing direto para oferecer produtos / serviços e realizar promoções de acordo com as necessidades de cada segmento.
- ✓ Otimizar as ações de comunicação para que sejam mais eficazes; monitorar o impacto social.



Estágio 4 - Expansão e escala



O que é?

Essa é a fase em que o negócio se encontra relativamente estável, possui clientes fiéis e nicho de mercado definido que levam o modelo de negócios a um estado de amadurecimento lento, como acontece após qualquer grande crescimento. Consolida os seus impactos sociais para um determinado grupo de pessoas, comunidade ou território e/ou para um determinado aspecto do meio ambiente. O negócio está estruturado e preparado para crescer. É o momento de expandir.



Característica

A estabilidade não representa um declínio se comparada com uma fase de início de crescimento, aonde muitas mudanças ocorrem, mas sim uma maturação do modelo de negócios, extremamente importante para os próximos passos.

Já consegue ter informações sistematizadas sobre os impactos sociais e/ou ambientais causados.

Necessidades que devem ser endereçadas:

- ✓ Descobrir novas áreas geográficas e segmentos de clientes e fornecedores (contribuindo para a ampliação de vendas).
- ✓ Aprimorar as práticas de gestão constantemente para que se mantenha uma equipe em desenvolvimento e que o NIS tenha capacidade de tomada de decisão com agilidade.
- ✓ A perfeioar sistemas e processos para a geração de eficiências de escala.
- ✓ Crescer sem um aumento linear dos custos.
- ✓ Ter mais receitas com menores custos.
- ✓ Sistematizar resultados do impacto social para que possam ser replicados na expansão e criar um sistema de monitoramento e avaliação contínuos e flexíveis à mudança de cenários.
- ✓ Elaborar e divulgar relatórios sobre o impacto social causado pelo NIS, envolvendo todos os atores chave.

Desafios mais comuns:

- ✓ Ganhar novos mercados.
- ✓ Alcançar inovação e diferenciação para seu produto e marca.
- ✓ Aumentar a exposição da marca e produtos / serviços.
- ✓ Métricas e indicadores de desempenho e de impacto.
- ✓ Manter o diálogo transparente e frequente com os beneficiários dos impactos sociais do negócio.
- ✓ Mapeamento dos principais processos com intuito de aperfeiçoamento.
- ✓ Alavancagem de vendas.
- ✓ Atualização e uso de tecnologias avançadas.
- ✓ Racionalizar os processos de gestão e aumentar a eficácia das ações de mercado.
- ✓ Capital para investimentos no negócio.
- ✓ Qualidade do serviço / produto (competitividade).
- ✓ Monitorar e avaliar impacto em diferentes realidades.
- ✓ Sistematizar os resultados de forma a criar um círculo virtuoso de reflexão e prática.

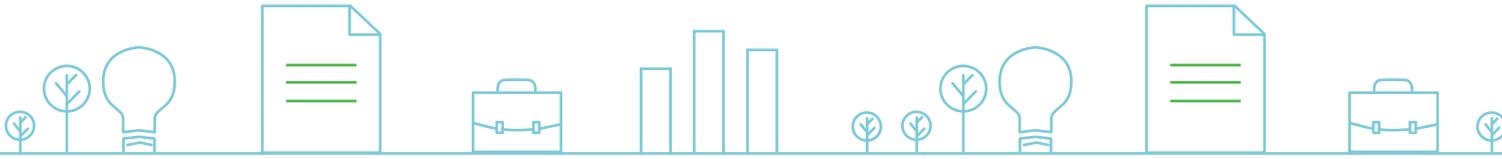


PRINCIPAIS FONTES DE FINANCIAMENTO E INSTRUMENTOS FINANCEIROS

De maneira geral, as principais fontes de financiamento de um negócio de impacto social não são muito diferentes daquelas para as empresas tradicionais e que, de certa forma, o empreendedor já conhece e se sente mais confortável. Porém, os atores da oferta de capital (aqueles que doam, investem ou emprestam recursos financeiros) podem ser distintos, uma vez que no ecossistema de negócios de impacto social há atores que só atuam com esse segmento.

O capital pode ser um empréstimo quando o recurso é devolvido ao longo do tempo com juros. Ou pode ser um capital empreendedor, no qual o investidor irá aportar os recursos na empresa em troca de uma participação societária, com objetivo de vender essa participação após alguns anos por um valor superior ao que ele pagou.

É importante ressaltar que, de acordo com a fase de desenvolvimento do negócio de impacto social, há determinadas fontes de financiamento (e seus instrumentos financeiros utilizados), conforme quadro síntese a seguir:



FASES DO NEGÓCIO DE IMPACTO SOCIAL

FONTES DE FINANCIAMENTO	FAIXA DE VALORES	IDEAÇÃO (ESTÁGIO 1)	VALIDAÇÃO (ESTÁGIO 2)	LANÇAMENTO E OPERAÇÃO (ESTÁGIO 3)	EXPANSÃO E ESCALA (ESTÁGIO 4)
Recursos próprios	R\$ 1.000 - R\$ 50.000	✓			
Familiares e amigos	R\$ 10.000 - R\$50.000	✓			
Doações / capital sem retorno (filantropia)	R\$ 30.000 - R\$ 50.000		✓	✓	
Crowdfunding (financiamento coletivo)	R\$ 5.000 - R\$ 50.000		✓		
Microcrédito Produtivo Orientado (MPO - para microempreendedores populares)	R\$ 150,00 – R\$ 15.000			✓	
Aceleradoras	Não há valor como pré-requisito		✓	✓	✓
Investimento anjo	R\$ 200.000 - R\$ 500.000			✓	✓
Subvenção econômica e empréstimo subsidiado	R\$ 100.000 – R\$ 1 milhão			✓	✓
Equity Crowdfunding (investimento coletivo)	R\$ 200.000 - R\$ 1 milhão				✓
Fundos de investimento de impacto	R\$ 1 milhão - R\$ 10 milhões				✓
Empréstimo socioambiental	R\$ 50.000 - R\$ 1 milhão				✓
Financiamento bancário	R\$ 50.000 - R\$ 1 milhão				✓



RECURSOS PRÓPRIOS

O que é: investimento de capital particular no negócio de impacto social seja por meio de dinheiro próprio, de recursos gerados por vendas de ativos e até mesmo de utilização do cartão de crédito pessoal (com aumento substancial de custo para o empreendedor devido à taxa de juros cobrada).

Geralmente, costuma ser a primeira fonte de recursos e de capital inicial para cobrir os custos básicos de um negócio que está começando (como o desenho do website, despesas administrativas, etc.) e também o próprio custo de vida do empreendedor (no caso do negócio de impacto social ser a sua atividade principal).

Como funciona: nessa modalidade, o negócio está isento de análises (potencial de mercado, mapeamento de clientes, etc.) dado que o recurso é proveniente do próprio empreendedor e ele permanece ainda com participação total como fundador do empreendimento, estando disposto a arriscar capital próprio em seu negócio. O empreendedor precisa ter consciência que são poucos os atores propensos a ofertarem capital devido aos altos riscos provenientes do modelo de negócio ainda não estar consolidado.

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 1 - Ideação.

Quem faz: nessa modalidade os atores são os próprios empreendedores.

Faixa de valores: R\$ 1.000 - R\$ 50.000.



FAMILIARES E AMIGOS

O que é: trata-se de um método bastante comum de financiamento para novos negócios de impacto social, principalmente quando o empreendedor já esgotou seus próprios recursos ou não dispõe deles. Conhecido também como FFF (Family, Friends and Fools) e Love Money, são investimentos feitos por familiares e amigos, numa fase do negócio em que somente o laço de amizade ou parentesco justifica um incentivo financeiro. Em geral, é esse aporte que ajuda a tirar a empresa do papel e a manter-se pelos primeiros meses de vida.

Como funciona: a negociação é simples e também tende a ser informal, de natureza ágil e amistosa, sem a necessidade de contratos ou garantias e condições especiais. Porém, é importante que o empreendedor não deixe margem para nenhum mal-entendido com o investidor e evite atritos futuros quanto ao negócio de impacto social em si, os riscos envolvidos no sucesso do empreendimento e ao prazo de tempo para a devolução financeira. Esse tipo de financiamento não abarca proteções legais ao empreendedor e ao investidor.

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 1 - Ideação.

Quem faz: amigos, conhecidos e familiares do empreendedor, ou seja, a sua própria rede profissional e pessoal de contatos.

Faixa de valores: R\$ 10.000 - R\$ 50.000.



DOAÇÕES / CAPITAL SEM RETORNO (FILANTROPIA)

O que é: instrumento de financiamento gratuito sem a necessidade de devolução do capital doado.

Como funciona: fundações, institutos e empresas podem fazer esse tipo de financiamento por meio de editais e chamadas periódicas e são motivados pelo impacto social a ser gerado pelo negócio. Podem atrelar a doação com objetivos específicos e definir metas a serem cumpridas. É importante que o empreendedor cumpra com os requisitos da relatoria técnica e financeira sobre a doação recebida e desenvolva relacionamento de longo prazo com o investidor.

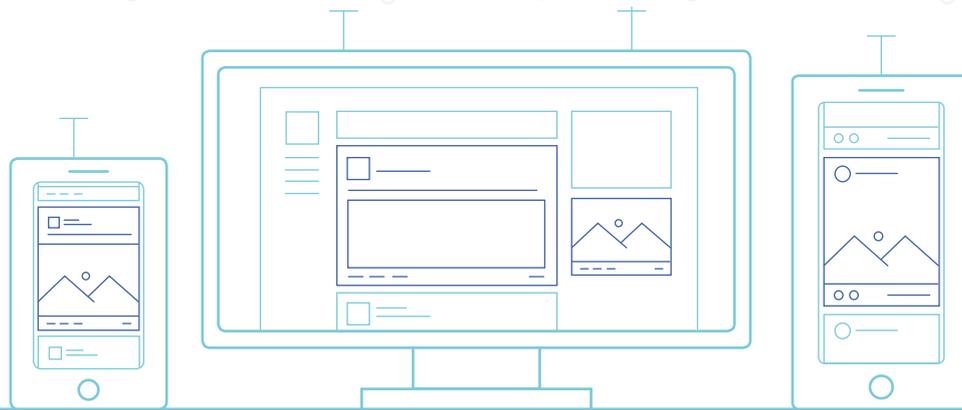
De maneira geral, esses investimentos tendem a priorizar modelos de negócios economicamente viáveis cujo impacto social faz parte do plano de negócios; soluções que ofereçam melhoria para a qualidade de vida da população de baixa renda; geração de receita para financiar a missão de organizações sem fins lucrativos e inclusão de grupos marginalizados na cadeia de valor.

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 2 - Validação / estágio 3 - Lançamento e operação.

Quem faz:

- ✓ BrazilFoundation (inclui negócios sociais como categoria temática em seus editais).
- ✓ Fundação Telefônica (por meio do Programa Pense Grande, que tem como objetivo difundir a cultura empreendedora de impacto social com tecnologia digital para jovens, especialmente os de periferias).
- ✓ Instituto Alana (por meio do Alanapar - braço de participações do Alana no mercado de negócios sociais, através de sociedades com empresas e fundos que têm como compromisso criar impacto positivo).

Faixa de valores: R\$ 30.000 - R\$ 50.000.



CROWDFUNDING (FINANCIAMENTO COLETIVO)

O que é: estratégia de financiamento coletivo por meio de plataforma digital na internet. O termo significa acessar recursos (*funding*) por meio da multidão (*crowd*). Um grupo de pessoas se une para viabilizar financeiramente um projeto. Para que a estratégia funcione é essencial que o projeto tenha interesse coletivo.

Como funciona: nesse modelo as pessoas podem contribuir com quanto quiser e puder. Em geral, o empreendedor oferece alguma recompensa em troca, que podem ser simbólicas (como produtos ou experiências que têm o objetivo aproximar os doadores da causa) como por exemplo: adesivos, camisetas, workshops, eventos, vídeos personalizados, etc. Caso a meta não seja atendida, os valores arrecadados são devolvidos e todos recebem seu dinheiro de volta, seguindo assim a premissa “ou todos ganham ou ninguém perde”.

Além de arrecadar recursos de forma colaborativa, o crowdfunding é uma boa maneira de avaliar se a ideia ou protótipo têm aderência e espaço no mercado; de testar um serviço ou produto (antes de produzi-los); de comunicar e divulgar o projeto e de, simultaneamente, engajar o público.

Em geral, as plataformas de crowdfunding cobram comissão de 5% a 15% do valor arrecadado pelo uso da ferramenta. Outras ainda cobram pela consultoria para a construção do projeto. Quando concluída a arrecadação, em caso de campanhas bem-sucedidas, é deduzida do montante arrecadado a taxa de transação financeira que costuma variar em torno de 3% a 5%, dependendo dos meios de pagamento utilizados pelos financiadores.

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 2 - Validação.

Quem faz:

- ✓ Benfeitoria.
- ✓ Catarse.
- ✓ Em nível global, o exemplo mais conhecido é o site Kickstarter. Fundado em 2009, é especializado em projetos criativos e transformou-se a principal plataforma internacional do segmento.

Faixa de valores: R\$ 5.000 - R\$ 50.000.



MICROCRÉDITO PRODUTIVO E ORIENTADO (MPO)

O que é: é um tipo de serviço financeiro especializado para empreendedores de baixa renda oferecido e regulamentado pelo governo. É um financiamento (na forma de empréstimos) voltado para capital de giro e investimentos produtivos fixos, como obras civis e compra de equipamentos. O MPO tem como público alvo microempreendedores populares, formais e informais (com atividades produtivas de pequeno porte, já em funcionamento e faturamento anual de até R\$ 120 mil), com intuito de gerar trabalho e renda.

Como funciona: o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) foi instituído pelo Governo Federal em 2005 com o objetivo de incentivar a geração de trabalho e renda entre os microempreendedores populares; disponibilizar recursos para o microcrédito produtivo orientado; e oferecer apoio técnico às instituições de microcrédito produtivo orientado, com vistas ao fortalecimento institucional destas para a prestação de serviços aos empreendedores populares.

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 3 - Lançamento e Operação.

Quem faz:

- ✓ Banco Itaú.
- ✓ Caixa Econômica Federal.
- ✓ Instituto de Economia Solidária.
- ✓ Banco Pérola.
- ✓ Cooperativas de crédito.
- ✓ Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público.

Faixa de valores: R\$ 150,00 - R\$ 15.000.



ACCELERADORAS

O que é: são empresas que têm como principal objetivo apoiar e investir no desenvolvimento e no rápido crescimento de startups, auxiliando-as a obter novas rodadas de investimento ou a atingir seu ponto de equilíbrio (quando conseguem pagar as contas).

Além dos serviços de apoio e benefícios oferecidos, algumas aceleradoras ainda investem um pequeno valor financeiro e, em contrapartida, tornam-se sócias do negócio de impacto social até o desinvestimento, quando suas participações são vendidas para investidores ou empresas.

Como funciona: o objetivo da aceleração é que, em um curto período de tempo, todos os negócios acelerados estejam mais preparados para alcançar resultados econômicos e sociais em larga escala, e mais atraentes para investidores nacionais e internacionais.

Oferecem aos negócios de impacto social serviços como: revisão do modelo de negócios; assessoria em gestão (administrativa, financeira, contábil, jurídica, modelo societário, planejamento estratégico, estrutura de capital, expansão, cultura organizacional, mensuração de impactos, gestão de pessoas, marketing, qualidade e governança); assessoria tecnológica (design, prototipagem, testes); conexões (acesso a possíveis sócios, investidores, talentos, fornecedores, distribuidores e outros empreendimentos); e coaching e mentoria (acesso a especialistas e executivos).

Normalmente, os processos de aceleração têm duração de três a seis meses. Algumas poucas aceleradoras oferecem apoio por períodos mais longos. A seleção dos negócios é bastante competitiva (o percentual de aceitação nas aceleradoras reconhecidas varia entre 1% a 5% das aplicações recebidas) e os critérios costumam abranger aspectos como o impacto social, o perfil da equipe gestora, histórico de vendas (caso aplicável) e o potencial de expansão.

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 2 - Validação / estágio 3 - Lançamento e operação / estágio 4 - Expansão e escala.

Quem faz:

- ✓ Artemisia.
- ✓ Ashoka Brasil.
- ✓ Din4mo.
- ✓ Impact Hub.
- ✓ Instituto Quintessa.
- ✓ NESsT Brasil.
- ✓ Rede Papel Solidário.
- ✓ Social Good Brasil.
- ✓ Worth a Million.
- ✓ Yunus Negócios Sociais.



INVESTIMENTO ANJO

O que é: investidores anjo são pessoas físicas que fazem investimentos com o seu próprio capital em empresas de estágio inicial. Geralmente são profissionais, executivos e empreendedores experientes que investem recursos e conhecimento em novos negócios em busca de retornos financeiros significativos.

Como funciona: são focados em empresas que estejam no estágio inicial. Além do potencial de ganho financeiro expressivo, os investidores anjo possuem outros interesses em investir em negócios, como ajudar outros empreendedores com sua experiência pessoal; estar próximo de negócios inovadores; interagir com negócios nascentes e que sejam sinérgicos com o seu setor de atuação. Devido ao alto risco associado ao capital empreendedor, investidores anjo geralmente alocam apenas uma pequena parte do seu patrimônio pessoal em novos negócios, entre 5% e 10% do seu portfólio de investimentos.

Esses tipos de investidores possuem uma participação minoritária nos negócios investidos, entre 5% e 40%, e têm a expectativa de realizar a venda da participação por um valor superior, a chamada saída, em um período de 5 a 10 anos. Segundo o portal da Anjos do Brasil, uma boa expectativa em relação ao retorno financeiro é buscar retornos de 30% a 40% anuais, para compensar o risco tomado e eventuais perdas de outros investimentos.

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 3 - Lançamento e operação / estágio 4 - Expansão e escala.

Quem faz:

- ✓ Gávea Angels.
- ✓ Anjos do Brasil.
- ✓ Floripa Angels (SC).
- ✓ Harvard Alumni Angels Brazil.
- ✓ Vitória Investidores Anjo (ES).

Faixa de valores: R\$ 200.000 - R\$ 500.000.



SUBVENÇÃO ECONÔMICA E EMPRÉSTIMO SUBSIDIADO

O que é: apoio financeiro com foco em inovação que compartilha custos e riscos de pesquisa e desenvolvimento (P&D) entre empresas e o Estado. É um tipo de instrumento de política pública de financiamento e incentivo, em que o Estado aplica recursos públicos (provenientes do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - FNDCT) em empreendimentos de pequeno e médio porte, que operam em setores estratégicos da economia para o desenvolvimento de projetos de inovação.

Consiste na aplicação de recursos públicos não reembolsáveis (que não precisam ser devolvidos) e/ou reembolsáveis (que exigem contrapartida do empreendedor/ devolução de percentual do financiamento) ou ainda o investimento pode se transformar em participação no capital do negócio.

Para concorrer ao financiamento e aos benefícios desses programas, o empreendedor precisa inscrever seu projeto nos editais lançados periodicamente pelos órgãos governamentais. Os editais preveem todas as regras de apresentação do mesmo e, posteriormente, selecionam e aprovam os negócios que serão apoiados (tradicionalmente com foco em inovação em áreas intensivas em tecnologia). É importante que o empreendedor estude os termos dos editais, pois cada um deles tem suas particularidades e assim se assegure de que sua proposta esteja de acordo com o edital em que o seu projeto será inscrito.

No Brasil, esse tipo de apoio financeiro foi lançado em 2006, mas já é largamente utilizado em países desenvolvidos e operado de acordo com as normas da Organização Mundial do Comércio (OMC).

Como funciona: estágio 3 - Lançamento e operação / estágio 4 - Expansão e escala.

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 3 - Lançamento e Operação

Quem faz:

- ✓ Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), empresa pública vinculada ao Ministério de Ciência e Tecnologia / MCT).
- ✓ Programa de Apoio à Pesquisa em Empresas (PAPPE).
- ✓ FINEP em parceria com as Fundações de Amparo à Pesquisa (FAP's) estaduais.
- ✓ Edital SENAI/SESI de Inovação.

Faixa de valores: R\$ 100.000 – R\$ 1 milhão.



SUBVENÇÃO ECONÔMICA E EMPRÉSTIMO SUBSIDIADO

Além das subvenções econômicas, órgãos governamentais e multilaterais realizam apoio financeiro também por meio de empréstimo subsidiado com a mesma faixa de valores acima e semelhantemente adequados para os negócios de impacto social em fases de estágio 3 - Lançamento e operação / estágio 4 - Expansão e escala.

Essa modalidade aplica juros abaixo do mercado, juros zero ou recursos não reembolsáveis. As instituições mais conhecidas de concessão de empréstimos subsidiados no Brasil são:

- ✓ Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).
- ✓ FINE.
- ✓ Bancos regionais de fomento (por exemplo, o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul - BRDE).
- ✓ No cenário internacional com atuação no Brasil: Banco de Desenvolvimento (BID) e a International Finance Corporation (IFC), membro do Banco Mundial.



EQUITY CROWDFUNDING (INVESTIMENTO COLETIVO)

O que é e como funciona: instrumento de financiamento por meio de plataformas digitais na Internet que conectam investidores com empresas inovadoras. Nesse modelo, pequenos investidores podem fazer aportes em novas empresas até que elas atinjam uma meta de captação, ou pelo modelo “sindicato”, no qual agentes experientes lideram grupos de investidores.

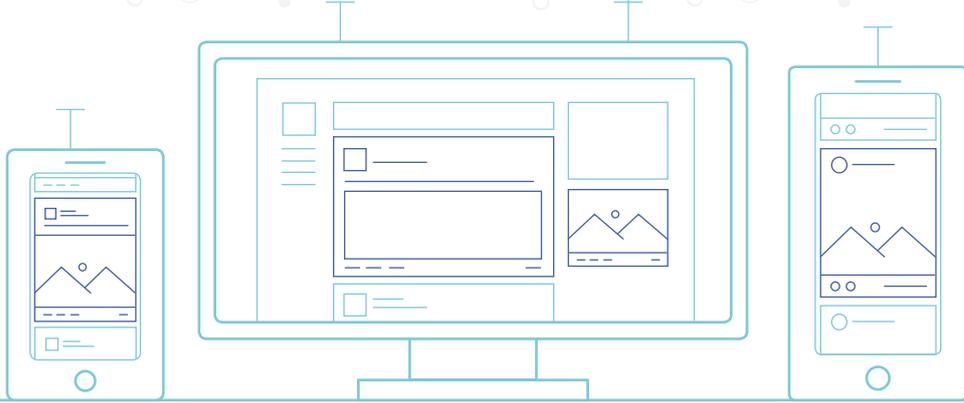
A grande inovação em relação às estratégias tradicionais de crowdfunding é que, ao realizar o investimento, o investidor recebe, como contrapartida, uma participação no negócio por meio dos chamados títulos de dívida conversível (TDC). Esse arranjo o coloca em um primeiro momento como credor de uma dívida, porém lhe fornece a opção de futuramente converter esses títulos em participação no negócio.

Por ser uma oferta de investimento pública com papéis envolvidos (os TDC's) e para respeitar as regras do mercado financeiro, os empreendedores de negócios de impacto social que queiram lançar seus negócios nas plataformas de Equity Crowdfunding precisam antes comunicar e pedir autorização à Comissão de Valores Imobiliários (CVM), responsável por regular o mercado de capitais no Brasil. Entretanto, para captar recursos as empresas precisam estar enquadradas como micro e pequenas empresas, com faturamento de até R\$ 3,6 milhões no ano anterior.

O processo é relativamente simples. Os empreendedores devem fazer uma apresentação formal sobre seu plano de negócios (pitch ou investment deck) que fica disponível para consulta nos sites das plataformas de equity crowdfunding. Essas plataformas enviam a todos os investidores cadastrados avisos sobre opções de aporte. O custo de transação para o empreendedor varia de acordo com a plataforma utilizada, que costuma cobrar percentuais que variam de 5% a 10% sobre os valores arrecadados para cada startup.

Para o empreendedor, a vantagem é que, em vez de ter um investidor ajudando, ele pode ter 50 deles colocando suas redes de contatos à disposição e advogando pelo negócio. Para reduzir o risco aos investidores, as plataformas costumam incluir nas captações a figura do investidor-âncora, a pessoa que vai atuar como um representante daqueles 50 ou mais micro investidores e vai trabalhar como um mentor para o empreendedor, inclusive atraindo outros investidores interessados.

A relação que se estabelece entre empreendedor/investidor é de longo prazo e envolve compromissos recíprocos e a premissa de impacto social é bastante importante para o investidor.



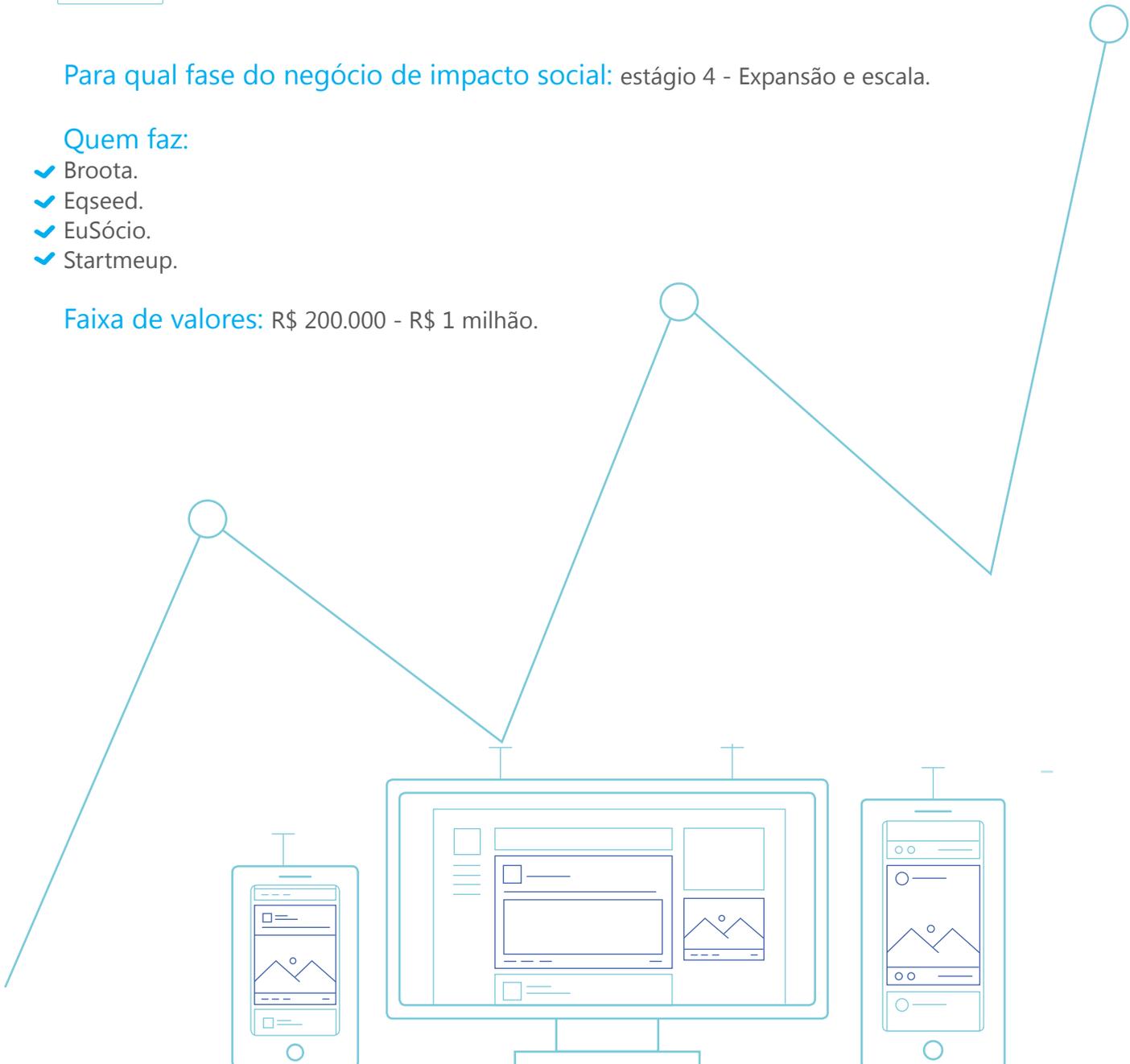
EQUITY CROWDFUNDING (INVESTIMENTO COLETIVO)

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 4 - Expansão e escala.

Quem faz:

- ✓ Broota.
- ✓ Eqseed.
- ✓ EuSócio.
- ✓ Startmeup.

Faixa de valores: R\$ 200.000 - R\$ 1 milhão.





FUNDOS DE INVESTIMENTO DE IMPACTO

O que é: organizações responsáveis por captar capital de investidores e direcionar esses recursos para empréstimos ou participação acionária em negócios de impacto social, visando retorno financeiro e, simultaneamente, impacto social ou ambiental tangível e mensurável por meio de indicadores e métricas definidas.

São formados por grupos fechados de investidores que podem ser empresas, pessoas físicas com capital relevante e investidores institucionais (fundos de pensão, organizações governamentais, entidades de fomento e bancos de desenvolvimento). Esses são os cotistas do fundo. São as entidades que colocam o dinheiro para que o fundo possa existir. No Brasil, há uma considerável participação de cotistas públicos nos fundos de investimento.

Como funciona: o instrumento financeiro usado com mais frequência é o equity (participação privada), seguido de dívida, obrigações conversíveis (títulos que dão ao investidor o direito de trocá-las por participação nos negócios) e outras formas de investimentos. O prazo de manutenção médio buscado no Brasil é de quatro anos até a saída (também chamado de desinvestimento, dado que a saída acontece quando o fundo vende suas participações).

A expectativa de retorno financeiro pode variar, porém a maioria dos investidores busca metas anuais líquidas em torno de 16% ou mais, ou no mínimo uma taxa de retorno acima da taxa básica de juros da economia brasileira, a Selic (definida pelo Comitê de Política Monetária do Banco Central / COPOM em 9,25% ao ano, em julho de 2017).

Os fundos de investimento de impacto buscam definir grupos de interesse de acordo com suas estratégias e procuram trazer negócios que estejam alinhados com essas necessidades para seus portfólios de investimento.

Os critérios de análise desses fundos, além do impacto social ou ambiental mensurável, também abarcam o modelo de negócios (é necessário ser um modelo escalável); o perfil do empreendedor (capacidade de gestão, histórico de realização e liderança); o modelo de governança; o alinhamento com a estratégia do fundo (sinergia com outros negócios do portfólio do fundo, bom uso das redes e recursos e boas alternativas de saída da participação acionária); e, por fim, os aspectos regulatórios (impostos e estrutura jurídica). Alguns investidores também incluem entre os critérios o alinhamento entre modelos de negócios com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) para 2030. Esse processo conhecido como diligência (due diligence) costuma durar de seis meses a um ano e avalia cada um desses critérios para assim pontuar todos os riscos do negócio aos quais os investidores estão sendo expostos.



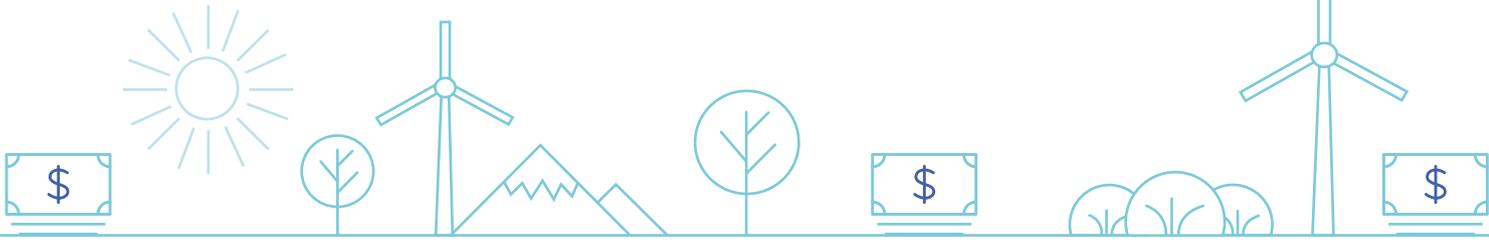
FUNDOS DE INVESTIMENTO DE IMPACTO

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 4 - Expansão e escala.

Quem faz:

- ✓ Vox Capital.
- ✓ FIRST.
- ✓ MOV Investimentos.
- ✓ Gag Investimentos.
- ✓ Kaeté Investimentos.
- ✓ Yunus Negócios Sociais.
- ✓ INSEED Investimentos.

Faixa de valores: R\$ 1 milhão - R\$ 10 milhões.



EMPRÉSTIMO SOCIOAMBIENTAL

O que é: instrumento de financiamento que funciona como um empréstimo tradicional, porém o crédito é aprovado para negócios de impacto social e organizações sociais com objetivo específico de benefício social e/ou ambiental.

Como funciona: a diferença com os fundos de investimento de impacto é que o retorno financeiro do empréstimo socioambiental não é devolvido para a organização credora e, sim, reinvestido na organização solicitante ou em outras organizações. As taxas de juros aplicadas são abaixo do mercado, o apoio estratégico para o desenvolvimento de negócios é oferecido ao empreendedor e as exigências de garantias costumam ser menores do que as dos bancos comerciais. Os critérios de elegibilidade para os empreendedores e organizações abarcam impacto socioambiental tangível e mensurável; capacidade de repagamento; equipe de gestão qualificada e liderança com fibra ética.

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 4 - Expansão e escala.

Quem faz:

- ✓ SITAWI.
- ✓ Instituto Ventura.

Faixa de valores: R\$ 50.000 - R\$ 1 milhão.





FINANCIAMENTO BANCÁRIO

O que é: linhas de crédito e recursos emprestados por bancos comerciais privados.

Como funciona: apesar de ser uma das modalidades mais tradicionais de financiamento, é mais adequada para negócios maduros que operam com fontes de receitas estáveis e oferecem aos bancos credores garantias reais (geralmente os chamados ativos imobilizados que são destinados à manutenção das atividades da empresa como prédios, maquinário, equipamentos, etc.). Os bancos também consideram como fatores determinantes para a aprovação do financiamento o histórico de pagamento da empresa (track record) e a análise de crédito.

Para qual fase do negócio de impacto social: estágio 4 - Expansão e escala.

Quem faz: bancos comerciais que operam no Brasil.

Faixa de valores: R\$ 50.000 - R\$ 1 milhão.



PARA CONHECER!
INSTRUMENTOS
FINANCEIROS

VENTURE CAPITAL E
PRIVATE EQUITY

NOS NEGÓCIOS
TRADICIONAIS

No universo dos negócios tradicionais, as formas mais comuns de participação acionária são o venture capital (capital de risco) e o private equity (participação privada). Ambos não exigem garantias e pagamento de juros, entretanto os investidores ficam com uma participação no empreendimento (tanto de lucros, no caso de distribuição de dividendos, quanto da empresa em si, em eventos de compra ou venda).

Os fundos de venture capital são mais direcionados para startups que já têm certo grau de desenvolvimento e necessitam do recurso para dar passos mais ousados, como por exemplo, financiar a aquisição de um concorrente. Esses fundos têm como objetivo a valorização rápida e expressiva da empresa e assim podem vender sua participação societária por um valor muito superior ao valor da aquisição. O retorno financeiro convencional varia entre 20% e 35%.

Já os fundos de private equity (com investimentos, em média, superior a R\$ 10 milhões por empresa) investem em empresas consolidadas, com faturamento de dezenas de milhões e com o objetivo de potencializar ainda mais o crescimento dessas companhias. Esses investidores participam ativamente da gestão e da administração das empresas investidas, além de adicionar capital para as companhias. A principal estratégia de saída dos fundos de private equity é lançá-las no patamar de abertura de capital na bolsa de valores, através do IPO (sigla em inglês para "oferta pública inicial"), no qual as ações serão negociadas. O fundo que investiu em private equity, normalmente, vende a sua parte das ações para outros investidores por valores bem mais elevados. Em paralelo, ao colocar parte de suas ações para ser negociada na bolsa de valores, a empresa se capitaliza para iniciar um novo ciclo de crescimento.



Iniciativas atuais e importantes para ampliar a oferta de capital aos negócios de impacto social



Força Tarefa de Finanças Sociais (FTFS): criada em maio de 2014, a FTFS é composta por representantes de diferentes setores engajados no avanço do campo das finanças sociais no Brasil. O movimento, líder no país e em consonância com o movimento global, mapeia, conecta e apoia organizações e agendas estratégicas. O objetivo é aumentar investimentos e modelos de negócios rentáveis que contribuam para a solução de problemas sociais brasileiros. A FTFS procura atrair investidores, empreendedores, governos e parceiros para fortalecer o ecossistema.

Em outubro de 2015, a FTFS lançou 15 recomendações para levar adiante esta agenda ao longo dos cinco anos seguintes.

Um dos principais objetivos da FTFS é trazer mais recursos para o campo das finanças sociais e ampliar a oferta de capital privado e público aos negócios de impacto social. Isso implica em identificar os atores que poderiam contribuir de forma mais expressiva no curto prazo, convocar novos participantes para doar ou investir e fortalecer os mecanismos financeiros, novos ou existentes, que possibilitam esse fluxo de capital.

Em 2017, a FTFS irá priorizar ações de engajamento e oportunidades para que indivíduos de alta renda, family offices, institutos, fundações, governos e grandes empresas aloquem capital para negócios de impacto; debates sobre os gargalos e oportunidades para ampliar o número de empreendedores capacitados e negócios de impacto qualificados para receber investimentos (formação de pipeline) e ações efetivas para ampliar o conhecimento e a relevância dada ao tema de finanças sociais entre públicos estratégicos (comunicação).

Fundações e Institutos de Impacto (FIIMP): a iniciativa nasceu em 2016 e vem se fortalecendo em 2017, como resultado do Lab de Inovação em Finanças Sociais da Força Tarefa de Finanças Sociais. O projeto mobiliza um conjunto de institutos e fundações que desejam aprofundar seus conhecimentos e experimentar novos mecanismos de finanças sociais para investir em negócios de impacto. Capitaneado pelo Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), criou-se um grupo formado por fundações e institutos (familiares, corporativos e independentes) que se uniram para aprender, acompanhar e conhecer os resultados de investimentos em negócios de impacto socioambiental, experimentando o uso de diferentes mecanismos financeiros.

Entre as opções futuras contempladas pelo FIIMP está a possibilidade dos institutos e fundações fazerem empréstimos para negócios de impacto social ou serem garantidores junto a bancos, a fim de que a instituição consiga a aprovação desejada.

1º Censo de Negócios de Impacto/Mapa de Impacto 2017: por meio da liderança da Pipe Social (organização que promove conexões de impacto no Brasil e oferece plataforma de visibilidade para startups), em conjunto com 40 atores do ecossistema brasileiro de negócios de impacto, foi recém-lançado, em junho de 2017, o primeiro mapeamento de negócios de impacto social e ambiental no Brasil, apresentando 579 negócios em diferentes estágios de maturação.

A motivação da Pipe Social é promover mais investimentos, identificar gaps nos setores e fomentar o ecossistema como um todo. Além de funcionar como uma vitrine de empreendimentos, os empreendedores também podem usar a ferramenta para entender o mercado, os concorrentes, realizar benchmarks e fazer networking.



A IMPORTÂNCIA DA MEDIÇÃO DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

Conhecer a capacidade de um negócio gerar impacto social é aspecto fundamental para afirmar sua identidade e seu diferencial em relação a outros tipos de negócios tradicionais. Nesse contexto, avaliar o impacto do negócio social está além de ser uma opção para os investidores e empreendedores, e passa a ser crucial para validar os modelos capazes de gerar lucros e transformação social.

A avaliação do impacto social está centrada na ocorrência de mudanças em uma comunidade, população ou território a partir de uma intervenção (um projeto, programa ou negócio de impacto social) e da observação da relação causal notada entre a mudança e a intervenção.

Os investidores em negócios de impacto social exigem dados confiáveis sobre a performance social e ambiental de seus investimentos por meio de métricas claras de mensuração para que possam comparar dados de performance em todo o seu portfólio, dentro de setores ou objetivos de investimento específicos.

Para os empreendedores, além da medição de impacto ser um fator determinante para acessar capital e investimento, a mesma também traz: aprendizagem sobre o desempenho social do negócio; permite ajustes estratégicos; possibilita comunicação efetiva com todos os stakeholder; e prestação de contas e construção de relações transparentes e de confiança com investidores, parceiros e clientes. Dessa maneira, a medição de impacto por meio de critérios consistentes possibilita que empreendedores, aceleradores e investidores obtenham uma visão concreta e objetiva da lógica e da viabilidade do negócio gerar impacto social e/ou ambiental.

AS PRINCIPAIS REFERÊNCIAS E CATÁLOGOS DE MÉTRICAS PARA A MEDIÇÃO DE IMPACTO SOCIAL, AMBIENTAL E FINANCEIRO UTILIZADAS PARA ORIENTAR INVESTIMENTOS E AVALIAR ACORDOS SÃO AS SEGUINTE:

- IRIS (Impact Report and Investment Standards): faz parte do grupo de ferramentas desenvolvidas e disponibilizadas para o mercado pela GIIN (Global Impact Investing Network - organização sem fins lucrativos com foco em ampliar a escala e a efetividade dos investimentos de impacto). O catálogo de métricas IRIS é projetado para uso em diferentes setores e localizações geográficas. Inclui indicadores que se aplicam a vários tipos de performance, incluindo objetivos financeiros, operacionais, de produto, setoriais, sociais e ambientais.

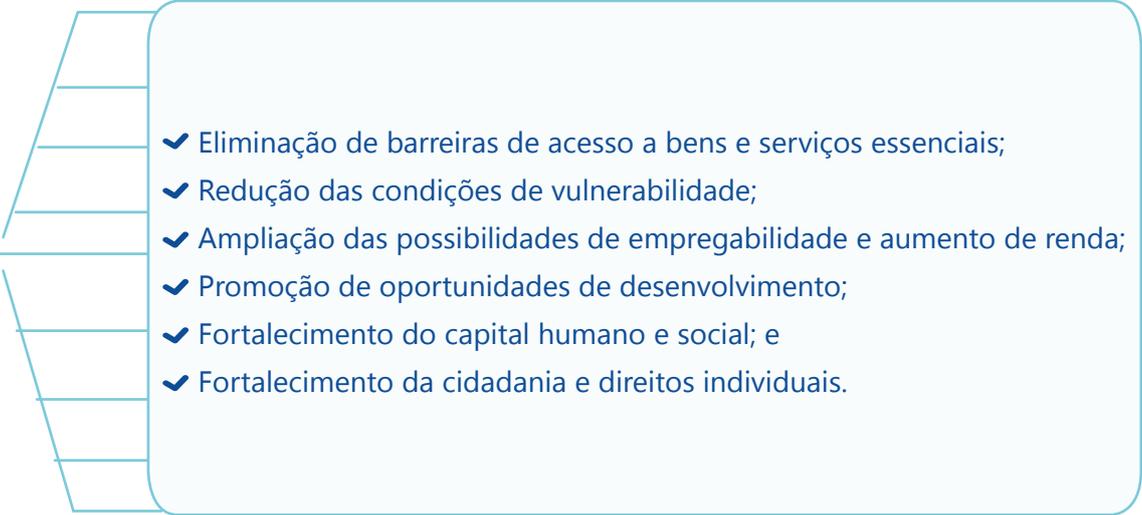
- GRIIS (Global Impact Investing Rating System): sistema de avaliação de impacto social e ambiental para empresas e fundos disponibilizada em plataforma online, possibilitando observar o desempenho do negócio e realizar o benchmarking com outros investimentos. O GIIRS foi desenvolvido pelo B-Lab (organização global sem fins lucrativos que promove a abordagem do poder de negócios como força do bem) em parceria com a Fundação Rockefeller, a USAID, a Prudential e a Deloitte. O primeiro passo para os empreendedores obterem o GIIRS Rating é completar a Avaliação de Impacto B, ferramenta online também disponibilizada pelo próprio B-Lab.



- SROI (Social Return on Investment): ferramenta que visa medir resultados, apoiando organizações a compreender e quantificar o valor social, ambiental e econômico que está sendo gerado. O processo de aplicação do SROI compreende, de maneira geral, quatro etapas: (a) definição do escopo de análise; (b) identificação de indicadores; (c) atribuição de valor; (d) geração dos valores. Ao contrário do GIIRS, o SROI exige um bom grau de investimento da organização em profissionais da área financeira de alta competência para realizar cálculos precisos.

Um dos aspectos fundamentais é que os empreendedores de negócios de impacto social precisam decidir quais métricas são relevantes para medir seus objetivos únicos de performance e, assim, a escolha de indicadores depende diretamente da natureza do negócio e de sua missão.

Como referência, apresentamos algumas dimensões gerais de impacto social que podem ser geradas por modelos de negócios sociais e que costumam ser de interesse para aceleradoras e investidores:

- 
- ✓ Eliminação de barreiras de acesso a bens e serviços essenciais;
 - ✓ Redução das condições de vulnerabilidade;
 - ✓ Ampliação das possibilidades de empregabilidade e aumento de renda;
 - ✓ Promoção de oportunidades de desenvolvimento;
 - ✓ Fortalecimento do capital humano e social; e
 - ✓ Fortalecimento da cidadania e direitos individuais.

Um passo importante que precede a escolha das métricas e indicadores pelos empreendedores é a construção da tese de mudança e impacto social (Theory of Change) para explicitar claramente quais são as mudanças pretendidas e como elas irão ocorrer. Por meio dessa tese, um negócio de impacto social (ou programa social) apresenta suas hipóteses de transformação social. Essa teoria busca articular: o contexto no qual a iniciativa se insere; os resultados de longo prazo ou impacto; o processo que irá gerar as mudanças; as premissas que devem ser cumpridas ao longo do ciclo do projeto ou negócio; e, por fim, a síntese figurativa que represente a tese. A tese em si não garante o impacto, ela elabora racionalmente uma lógica, explicita hipóteses que podem se tornar realidade caso as condições idealizadas sejam cumpridas e orienta, ainda que teoricamente, a lógica do negócio e as mudanças a serem realizadas.

Para os empreendedores refletirem sobre a avaliação de impacto é necessário que respondam perguntas-orientadoras chave, como por exemplo: quais os impactos que de fato o negócio quer causar e terá condições de gerar a partir da sua estratégia? O que precisamos entender sobre os impactos que causamos? Quais informações irão nos convencer que estamos no caminho certo e com sucesso? O que é preciso observar para compreender os resultados do que estamos fazendo?

É preciso pensar em métricas desde a concepção dos negócios de impacto social e demonstrar que a estratégia desenhada com base na oferta de bens e ou serviços está sendo efetiva na mitigação da questão socioambiental delimitada. Comece agora!



CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES



Como vimos, no Brasil, a oferta de capital é diferente dependendo do estágio de maturidade do empreendimento. Nos estágios iniciais (quando há grande necessidade de recursos) os investimentos de capital semente (seed money) para o desenvolvimento de ideias e negócios de impacto social embrionários são escassos. No entanto, nas fases mais avançadas dos empreendimentos, a oferta é maior.

Dados recentes coletados e analisados pela Pipe Social, através do 1º Censo de Negócios de Impacto/Mapa de Impacto 2017, apontam que entre os quase 600 negócios mapeados, aqueles em fase inicial costumam captar recursos de pessoas próximas, como apontamos os chamados love money e aceleradoras. Já nas fases mais maduras, os negócios conseguem aumentar a captação com recursos provenientes de investidores anjo, empresas privadas e investidores com base em contratos formais (venture capital, private equity e crowdequity).

Por um lado, os negócios incipientes têm dificuldade de acesso a investimento e crédito no período chamado “Vale da Morte”: os estágios iniciais do ciclo dos empreendimentos quando há grande necessidade de recursos, dada a aversão ao risco pelos agentes financiadores. Por outro, investidores apontam a falta de negócios de impacto nos estágios mais maduros da jornada, que contam com maior faturamento e escala e buscam empreendedores com dedicação total ao negócio, métricas de impacto definidas e time que entregue o resultado. Além disso, desejam investir em soluções que resolvam um problema socioambiental real e que estejam estruturadas e testadas.

Desta forma, chegamos a um dilema, uma vez que os investidores tendem a preferir empresas em estágios mais maduro e, ao mesmo tempo, para chegar a um estágio maduro, as empresas precisam de investimento. Esse aparente paradoxo também pressupõe a necessidade de aumentar a oferta de investimentos e crédito nas etapas iniciais dos negócios de impacto social para contribuir ao volume de empreendimentos que possam escalar em médio e longo prazo.

Para preencher a lacuna criada pela pouca oferta de capital disponível para os negócios de impacto social em estágios iniciais, percebe-se cada vez mais interesse no tema por parte dos investidores anjo, que buscam oportunidades de investimento com impacto positivo na sociedade.

No que se refere ao investimento por meio de dinheiro público, o governo brasileiro ainda não participa como investidor ou cliente comprador em larga escala dos negócios de impacto social. Porém, a expectativa é de que haja uma mudança nesse cenário por meio da criação de modelos para a inclusão desses negócios nas compras governamentais. As compras de negócios de impacto social por governos e grandes empresas também trazem o potencial de ampliar o volume de capital para o setor e, assim, se faz necessário plataformas que apresentem e deem visibilidade para os serviços e produtos gerados pelos negócios de impacto social.



CONJUNTO DE RECOMENDAÇÕES AOS EMPREENDEDORES QUE ESTÃO BUSCANDO OFERTAS DE CAPITAL:



- Tenha clareza da sua intenção e motivação ao iniciar um negócio de impacto social.
- Pesquise e estude iniciativas semelhantes.
- Tenha um bom plano de negócios de impacto social e, caso já esteja operando, apresente dados concretos da sua operação e aprendizados.
- Defina os indicadores que irão acompanhar toda a trajetória do seu negócio e que poderão contar a sua história e seus resultados.
- Esteja preparado para apresentar o seu negócio de impacto social de forma sedutora, objetiva, lógica e com brilho nos olhos.
- Compreenda em qual estágio está o seu negócio de impacto social.
- Leia e se aprofunde em cada uma das fontes de recursos e possíveis parceiros.
- Converse com quem já é apoiado e já recebeu algum tipo de capital.
- Prepare-se para reuniões, momentos de troca e networking com agentes financiadores.
- Antes de fechar uma parceria, pense bem se é isso que é o melhor para seu negócio, não se afobe apenas para abraçar a oportunidade.
- Dedique tempo a parcerias, aprenda a cada minuto, esteja aberto a melhorar seus processos, estabeleça relações transparentes e saudáveis.
- Avalie, envolva os parceiros, relate desafios e aprendizados.
- Esteja pronto para ajustar e recomeçar.

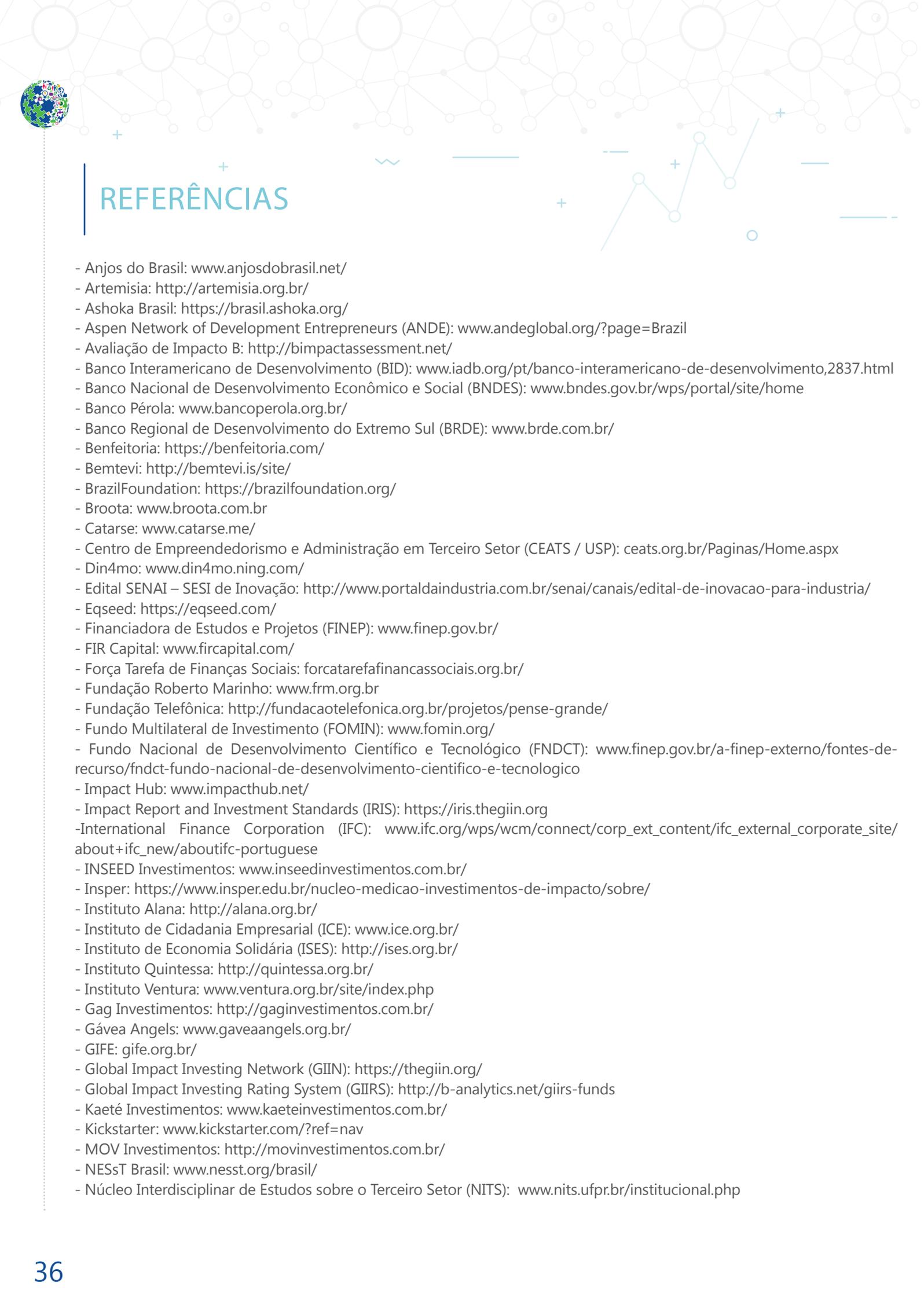


BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- ASPEN NETWORK OF DEVELOPMENT ENTREPRENEURS, LATIN AMERICAN PRIVATE EQUITY & VENTURE CAPITAL ASSOCIATION E LGT IMPACT VENTURES. — Panorama do setor de investimento de impacto na América Latina. 2016.
- ASPEN NETWORK OF DEVELOPMENT ENTREPRENEURS; LGT VENTURE PHILANTHROPY, QUINTESSA PARTNERS E UNIVERSITY OF ST. GALLEN. — Mapa do setor de investimentos de impacto no Brasil. 2014.
- BARKI, Edgar et al (Organizadores). — Negócios com Impacto Social no Brasil. Editora Peiropolis. São Paulo, Brasil 2013.
- DIN4MO / FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. — Equity Crowdfunding: O que é, e como pode ser utilizado (whitepaper). São Paulo, Brasil 2017.
- FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. — Avanços das recomendações e reflexões para o fortalecimento das Finanças Sociais e Negócios de Impacto no Brasil. São Paulo, Brasil 2016.
- FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. — Mapeamento dos Recursos Financeiros disponíveis no Campo Social do Brasil com o objetivo de identificar recursos potenciais para Finanças Sociais. São Paulo, Brasil 2015.
- FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. — Pesquisa de Intermediários do Ecosistema de Finanças Sociais e Negócios de Impacto. São Paulo, Brasil 2015.
- FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL, FUNDAÇÃO ROBERTO MARINHO, FUNDAÇÃO MARIA CECILIA SOUTO VIDIGAL, MOVE . — Avaliação para o investimento social privado : metodologias / organização . São Paulo : Fundação Santillana, 2013.
- INSPER METRICS. — Guia para Avaliação de Impacto Socioambiental para Utilização em Investimentos de Impacto - Guia Geral com Foco em Verificação de Adicionalidade / terceira revisão – São Paulo, 2017.
- INSTITUTO QUINTESSA. — Guia 2.5 para o desenvolvimento de negócios de impacto. São Paulo, Brasil 2015.
- MOVE Avaliação e Estratégia e ICE - Instituto de Cidadania Empresarial. — Métricas em negócios de impacto social. São Paulo, Brasil 2015.
- NÚCLEO INTERDISCIPLINAR DE ESTUDOS SOBRE O TERCEIRO SETOR, UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. — Empreendedorismo com foco em negócios sociais. Ana Lúcia Jansen de Mello de Santana, Leandro Marins de Souza (Organizadores). Curitiba, Brasil 2015.
- PERONI, Bruno Oliva. Cartilhas de capital empreendedor: investimento anjo. / Bruno Oliva Peroni, Igor Czermainski de Oliveira. – Brasília : Sebrae, 2015.
- PERONI, Bruno Oliva. Cartilhas de capital empreendedor: fundos de investimento. / Bruno Oliva Peroni, Igor Czermainski de Oliveira. – Brasília : Sebrae, 2015.
- SEBRAE/ NA – Termo de Referência para Negócios de Impacto Social: Diretrizes Estratégicas para a atuação do Sebrae no Atendimento aos negócios de impacto social – Versão 2.0. 2016.
- SEBRAE/RJ – Guia de Bolso Instituições de Apoio a Negócios de Impacto Social do Rio de Janeiro. Organização: desenvolvida por: Juliana Estrella – Rio de Janeiro, 2016. Link: <https://drive.google.com/drive/folders/0B7G6MpbfyZw0OTB2YnlnV19VRFE>



- SEBRAE/RJ – Guia de Bolso Instituições de Apoio a Negócios de Impacto Social do Rio de Janeiro. Organização: desenvolvida por: Juliana Estrella – Rio de Janeiro, 2016. Link: <https://drive.google.com/drive/folders/0B7G6MpbfyZw0OTB2YnlnV19VRFE>
- SEBRAE/RJ – Pesquisa do Ecosistema de Negócios de Impacto Social do Rio de Janeiro. Desenvolvida por: Juliana Estrella – Rio de Janeiro, 2016. Link: <https://drive.google.com/drive/folders/0B7G6MpbfyZw0OTB2YnlnV19VRFE>
- SILVA, R. R. Avaliação e desenvolvimento organizacional. In: OTEIRO, M. R. (Org.). Contexto e prática de avaliação de iniciativas sociais no Brasil: temas atuais. São Paulo: Peirópolis/ Instituto Fonte, 2012.
- SITAWI. — Financiamento de empreendimentos socioambientais. Rio de Janeiro, Brasil 2015.



REFERÊNCIAS

- Anjos do Brasil: www.anjosdobrasil.net/
- Artemisia: <http://artemisia.org.br/>
- Ashoka Brasil: <https://brasil.ashoka.org/>
- Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE): www.andeglobal.org/?page=Brazil
- Avaliação de Impacto B: <http://bimpactassessment.net/>
- Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID): www.iadb.org/pt/banco-interamericano-de-desenvolvimento,2837.html
- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES): www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home
- Banco Pérola: www.bancoperola.org.br/
- Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE): www.brde.com.br/
- Benfeitoria: <https://benfeitoria.com/>
- Bemtevi: <http://bemtevi.is/site/>
- BrazilFoundation: <https://brazilfoundation.org/>
- Broota: www.broota.com.br
- Catarse: www.catarse.me/
- Centro de Empreendedorismo e Administração em Terceiro Setor (CEATS / USP): ceats.org.br/Paginas/Home.aspx
- Din4mo: www.din4mo.ning.com/
- Edital SENAI – SESI de Inovação: <http://www.portaldaindustria.com.br/senai/canais/edital-de-inovacao-para-industria/>
- Eqseed: <https://eqseed.com/>
- Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP): www.finep.gov.br/
- FIR Capital: www.fircapital.com/
- Força Tarefa de Finanças Sociais: forcatarefaфинancassociais.org.br/
- Fundação Roberto Marinho: www.frm.org.br
- Fundação Telefônica: <http://fundacaotelefonica.org.br/projetos/pense-grande/>
- Fundo Multilateral de Investimento (FOMIN): www.fomin.org/
- Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT): www.finep.gov.br/a-finep-externo/fontes-de-recurso/fndct-fundo-nacional-de-desenvolvimento-cientifico-e-tecnologico
- Impact Hub: www.impacthub.net/
- Impact Report and Investment Standards (IRIS): <https://iris.thegiin.org>
- International Finance Corporation (IFC): www.ifc.org/wps/wcm/connect/corp_ext_content/ifc_external_corporate_site/about+ifc_new/aboutifc-portuguese
- INSEED Investimentos: www.inseedinvestimentos.com.br/
- Inesper: <https://www.insper.edu.br/nucleo-medicao-investimentos-de-impacto/sobre/>
- Instituto Alana: <http://alana.org.br/>
- Instituto de Cidadania Empresarial (ICE): www.ice.org.br/
- Instituto de Economia Solidária (ISES): <http://ises.org.br/>
- Instituto Quintessa: <http://quintessa.org.br/>
- Instituto Ventura: www.ventura.org.br/site/index.php
- Gag Investimentos: <http://gaginvestimentos.com.br/>
- Gávea Angels: www.gaveaangels.org.br/
- GIFE: gife.org.br/
- Global Impact Investing Network (GIIN): <https://thegiin.org/>
- Global Impact Investing Rating System (GIIRS): <http://b-analytics.net/giirs-funds>
- Kaeté Investimentos: www.kaeteinvestimentos.com.br/
- Kickstarter: www.kickstarter.com/?ref=nav
- MOV Investimentos: <http://movinvestimentos.com.br/>
- NESST Brasil: www.nesst.org/brasil/
- Núcleo Interdisciplinar de Estudos sobre o Terceiro Setor (NITS): www.nits.ufpr.br/institucional.php



- Pimp My Carroça: www.pimpmycarroca.com/
- Pipe Social: www.pipe.social/
- Phineo: www.phineo.org/publikationen
- Potencia Ventures: <http://potenciaventures.net/index.php?s=home>
- Programa de Apoio à Pesquisa em Empresas (PAPPE): http://fapesp.br/pipe/pappe_pipe/4/
- Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO): <http://portalfat.mte.gov.br/programas-e-acoes-2/>
programa-nacional-do-microcredito-produtivo-orientado-pnmpo/
- Teoria de Mudança e Impacto Social: <http://pmdpro.com.br/teoria-de-mudanca-e-impacto-social/>
- Rede Papel Solidário: <http://redepapelsolidario.org.br/>
- Sebrae Nacional: <http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/>
- Sistema B: <http://sistemab.org/br/inicio/>
- Sitawi – Finanças do Bem: www.sitawi.net/
- Social Good Brasil: <http://socialgoodbrasil.org.br/>
- Startmeup: www.startmeup.com.br/
- Vox Capital: www.voxcapital.com.br/
- Worth A Million: www.worthamillion.com.br/
- Yunus Negócios Sociais: www.yunusnegociossociais.com/

NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL



SEBRAE