

# Mapeamento do campo de Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Resultados:  
Categoria Negócios



# Conteúdo

- 1. Objetivos, parceiros, metodologia e públicos**
- 2. Mapeamento de abrangência**
- 3. Identificação de perfis**
- 4. Observações adicionais**
- 5. Informações de contato**

# OBJETIVOS DO ESTUDO

- Identificar os atores que atuam no campo de atividades e negócios que contribuem para a redução de pobreza, especificamente:
  - Negócios
  - Incubadoras
  - Aceleradores
  - Fundos de investimento
- Levantar e entender esses atores quanto à:
  - Caracterização (estrutura e outros critérios a serem definidos)
  - Tipo de apoio que recebem e interesse em receber apoio
- Divulgar resultados para o público interessado



## PADRÃO DE AÇÃO

- Melhorar tomada de decisão dos atores
- Atrair mais pessoas/organizações para entrarem no campo brasileiro

# PARCEIROS

## Coordenação do projeto

ANDE Polo Brasil, Fundação AVINA e Potencia Ventures

## Financiamento do projeto

Fundação AVINA e Potencia Ventures

## Execução da pesquisa

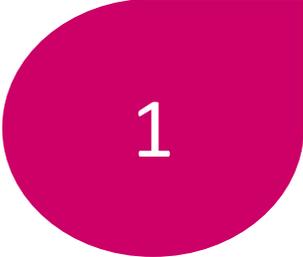
Plano CDE

## Apoio

Artemisia Negócios Sociais e Vox Capital

\* Mais informações sobre os parceiros ao final desse relatório

# METODOLOGIA



1

## MAPEAMENTO DE ABRANGÊNCIA

- Levantamento de perfis
- Entendimento prévio sobre o tema
- Overview sobre negócios que contribuem para a redução da pobreza
- **Sistematização das informações básicas sobre os atores em excel para formar um database preliminar**



### Produto Final

- Lista de nomes e atores
- Fichas descritivas dos atores com breves características
- *Desk research*



2

## IDENTIFICAÇÃO DOS PERFIS

- Identificação e mapeamento dos negócios que contribuem para a redução da pobreza e os atores que os apóiam
- **Registro do perfil e tipo de atuação dos atores**



### Produto Final

- Relatório em PPT com uma análise geral sobre o campo. Sistematização dos atores identificados de acordo com o seu perfil e características
- Entrega da base de dados em excel com formato de fichas com informações e características dos atores (negócios e apoiadores)
- Conteúdo para publicação dos dados em um portal on line

# Públicos envolvidos

A pesquisa considera três categorias de públicos do campo dos negócios sociais / negócios inclusivos no Brasil:



# Resultados da fase 1: Mapeamento de abrangência

Categoria Negócios



# METODOLOGIA

1

## MAPEAMENTO DE ABRANGÊNCIA

- Levantamento de perfis
- Entendimento prévio sobre o tema
- Overview sobre negócios que contribuem para a redução da pobreza
- **Sistematização das informações básicas sobre os atores em excel para formar um database preliminar**



## Produto Final

- Lista de nomes e atores
- Fichas descritivas dos atores com breves características
- Desk research

2

## IDENTIFICAÇÃO DOS PERFIS

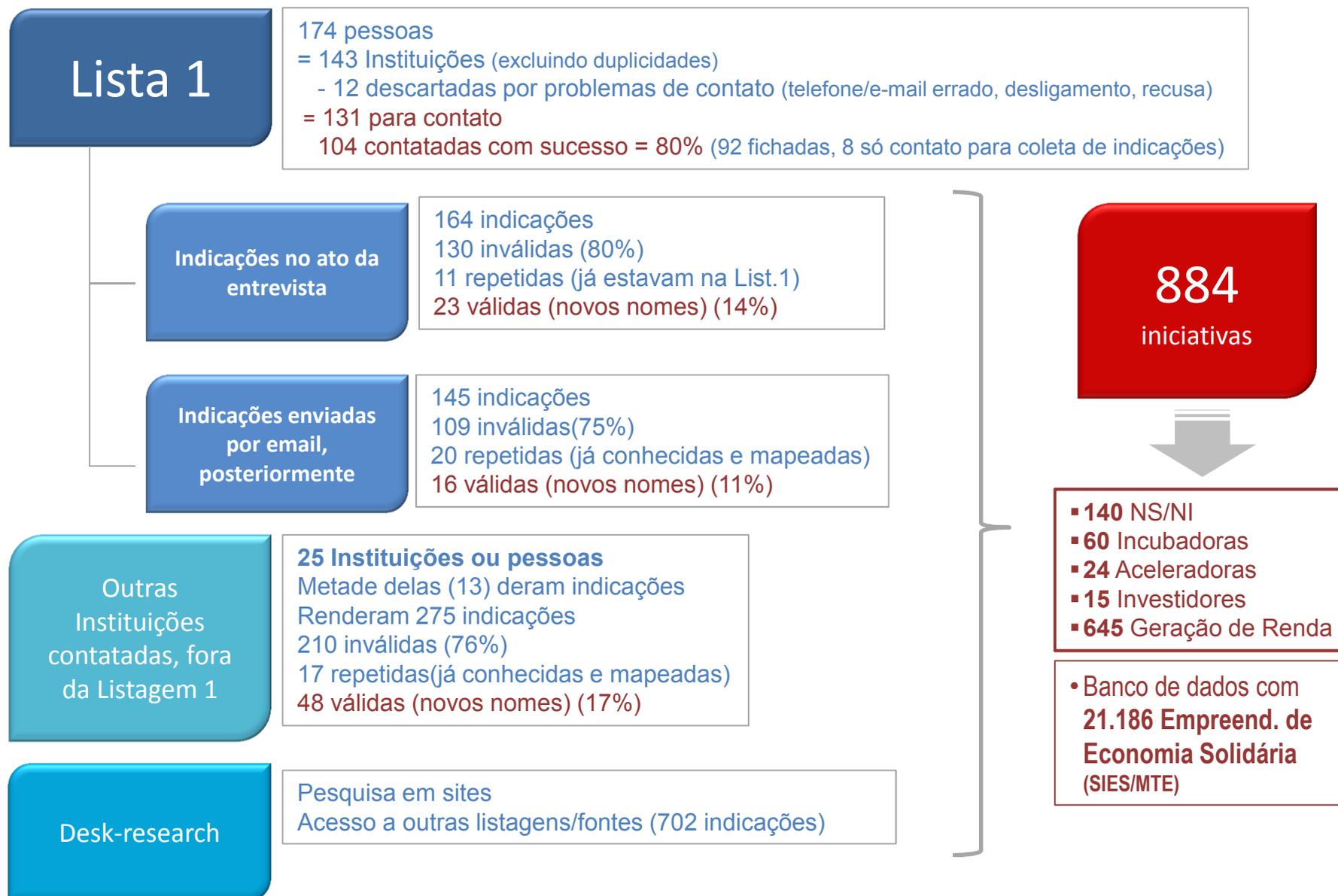
- Identificação e mapeamento dos negócios que contribuem para a redução da pobreza e os atores que os apóiam
- **Registro do perfil e tipo de atuação dos atores**



## Produto Final

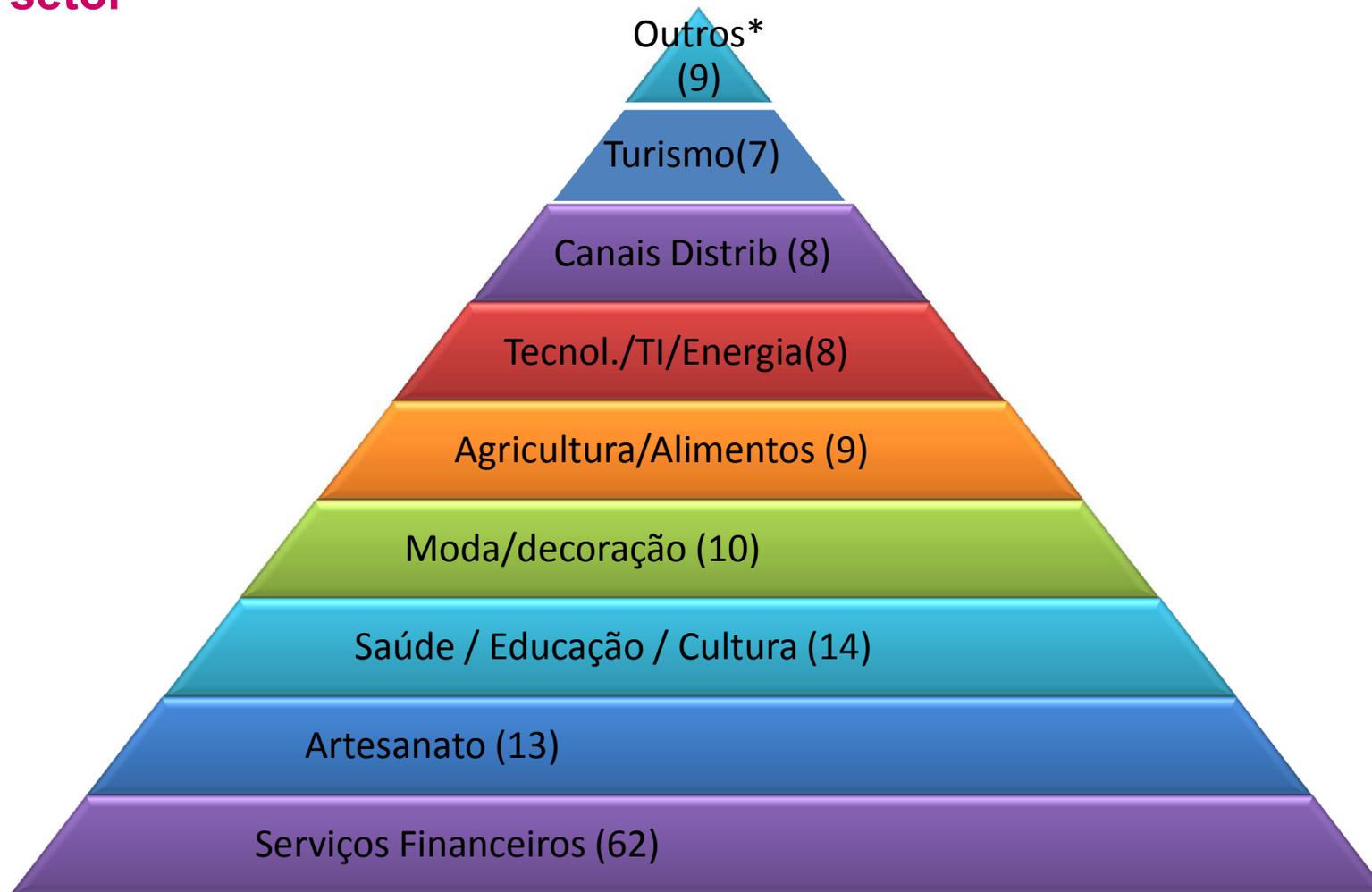
- Relatório em PPT com uma análise geral sobre o campo. Sistematização dos atores identificados de acordo com o seu perfil e características
- Entrega da base de dados em excel com formato de fichas com informações e características dos atores (negócios e apoiadores)
- Conteúdo para publicação dos dados em um portal on line

# FASE 1 - Snow-ball e desk-research



# Fase I: Negócios Sociais /Negócios Inclusivos

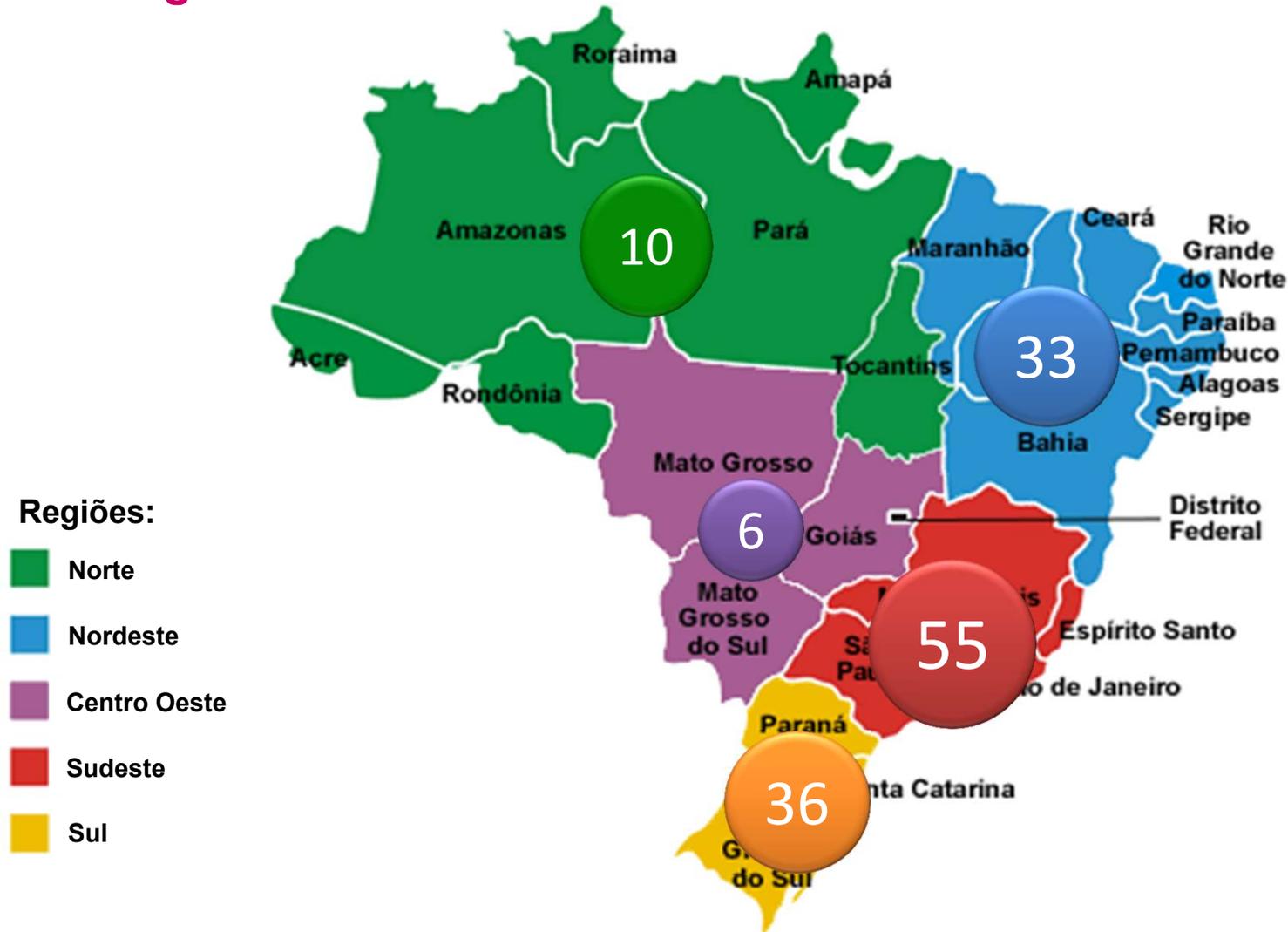
## Por setor



\* Inclui Moradia

# Fase I: Negócios Sociais /Negócios Inclusivos

Por região

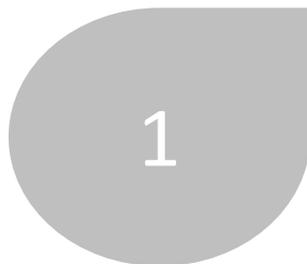


# Resultados da fase 2: Identificação dos perfis

Categoria Negócios



# METODOLOGIA



## MAPEAMENTO DE ABRANGÊNCIA

- Levantamento de perfis
- Entendimento prévio sobre o tema
- Overview sobre negócios que contribuem para a redução da pobreza
- **Sistematização das informações básicas sobre os atores em excel para formar um database preliminar**



### Produto Final

- Lista de nomes e atores
- Fichas descritivas dos atores com breves características
- Desk research



## IDENTIFICAÇÃO DOS PERFIS

- Identificação e mapeamento dos negócios sociais / inclusivos
- **Registro do perfil e tipo de atuação dos atores**
- Várias questões baseadas no sistema IRIS\*



### Produto Final

- Relatório em PPT com uma análise geral sobre o campo. Sistematização dos atores identificados de acordo com o seu perfil e características
- Entrega da base de dados em excel com formato de fichas com informações e características dos negócios
- Conteúdo para publicação dos dados em um portal on line

\* **IRIS** - *Impact Reporting & Investment Standards* é um conjunto de métricas independentes e de credibilidade internacional utilizado para analisar e reportar a performance social e ambiental de uma organização.

<http://iris.thegiin.org/>

## Perfil da amostra

# 50 NEGÓCIOS SOCIAIS / NEGÓCIOS INCLUSIVOS

- Foco em micro e pequena empresa
  - Faturamento abaixo de 16 milhões, quando declarado
- Atende diretamente a base da pirâmide:
  - Oferece produtos e serviços e/ou
  - Inclui pessoas da BOP na cadeia de valor (excluindo aqueles que apenas geram emprego)
- É viável economicamente ou estruturado para ter viabilidade econômica
  - exclui quem depende majoritariamente de doações)
- Tem ou não a intenção de produzir impacto social;
- Atua em áreas de necessidade estrutural: Educação/ saúde/ habitação/ finanças

### **Perfil dos respondentes:**

- Fundador, sócio ou gestor qualificado (gerente/diretor)

## Fase 2 - METODOLOGIA

- **Pesquisa Quantitativa *ad-hoc***
- Aplicação de questionário com abordagem telefônica (CATI), com base na listagem elaborada na fase 1 → amostra intencional.
- Entrevistas com duração aproximada de 30 minutos
- Os questionários foram compostos pelos seguintes tipos de perguntas:
  - **Fechadas:** o entrevistado escolhe e/ou classifica suas respostas dentro de uma lista de possibilidades pré-definidas
  - **Semi-abertas:** o entrevistado escolhe e/ou classifica suas respostas dentro de uma lista de possibilidades pré-definidas, e também tem a possibilidade de declarar uma resposta que não esteja listada
  - **Abertas:** o entrevistado declara sua resposta livremente, sem precisar escolher uma opção pré-determinada

# Fase 2 - CADASTRO

## Negócios Sociais / Negócios Inclusivos (50 entrevistas)

Faturamento anual em R\$ (excluindo doações) – Critério BNDES

Micro empresa 64%	
Até 200 mil	22%
De 200 a 350 mil	14%
De 350 a 500 mil	6%
De 500 mil a 1 milhão	12%
De 1 a 2,4 milhões	10%

Pequena empresa 10%	
De 5 a 10 milhões	8%
De 10 a 16 milhões	2%

Média empresa Não mapeados	
De 16 a 90 milhões	-

**Negócios com faturamento declarado de acima de 16 milhões não entraram no mapeamento neste momento.**

Recusou / Não sabe: 26%

Como financiam as operações do dia a dia



# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Distribuição Amostral – em nº absolutos

Estado de origem dos negócios



# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

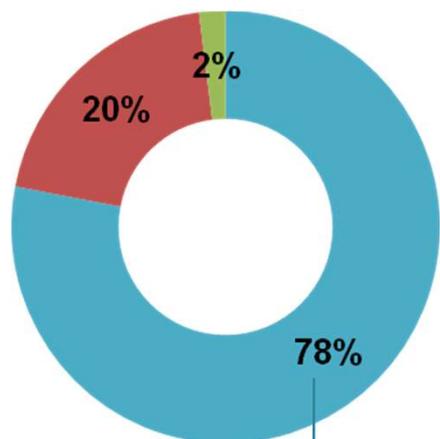
Distribuição Amostral por Estado – em nº absolutos



N		NE		CO		SE		S	
AM	1	BA	4	DF	2	SP	21	RS	2
PA	2	PE	5	Total: 2		RJ	1	SC	2
Total: 3		CE	2			MG	3	PR	3
		SE	1			Total: 25		Total: 7	
		PB	1						
		Total: 13							

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

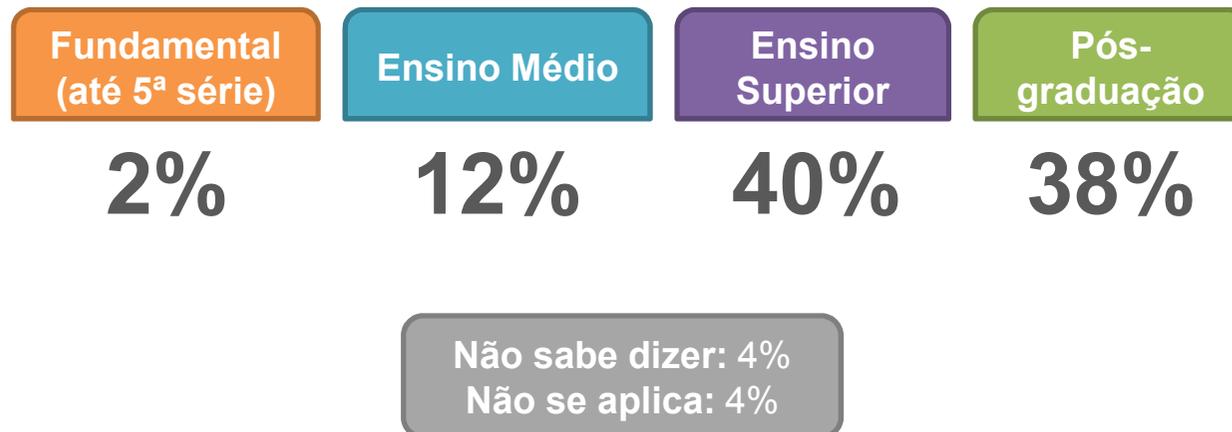
O quanto o fundador é empreendedor e seu grau de instrução



- Já teve outros empreendimentos
- É o primeiro empreendimento
- Não se aplica



Quanto já empreendeu	
1 empreendimento	38%
2 empreendimentos	16%
3 empreendimentos	14%
4 empreendimentos	10%



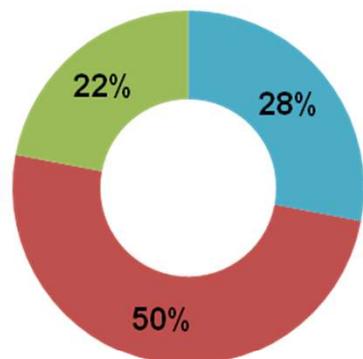
# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos



## Amplitude de Atuação

### Operação dos empreendimentos

- Só regionalmente
- Em várias regiões do Brasil
- Internacional (atua em outro país além do Brasil)



- Dos que atuam **apenas regionalmente\***, 9 empreendimentos ficam no **Sudeste** e 4 no **Nordeste**

#### Setores de atuação:

Cultura, Educação, Habitação, Meio-ambiente, Saúde, Serviços financeiros/microcrédito, Transporte/logística, Turismo e Serviços de alimentação

- Dos que atuam **em várias regiões do Brasil\***, 13 empreendimentos ficam no **Sudeste**, 6 no **Nordeste** e 5 no **Sul**

#### Setores de atuação:

Água e saneamento básico, Agricultura, Artesanato, TI/Comunicação, Cultura, Educação, Habitação, Infra estrutura, Meio-ambiente, Saúde, Canais de distribuição, Serviços de assistência técnica, Serviços Financeiros/microcrédito, Transporte/logística, Turismo, Indústria e comércio, Capacitação/gestão de negócios, Agro indústria, Consultoria de sustentabilidade e prestação de serviço

- Dos que têm alcance **internacional\***, 4 empreendimentos ficam no **Sudeste** e 3 no **Nordeste**

#### Setores de atuação:

Agricultura, Artesanato, TI/Comunicação, Cultura, Educação, Energia, Habitação, Meio-ambiente, Canais de distribuição, Serviços de assistência técnica, Serviços financeiros/microcrédito, Transporte/logística, Turismo, Agropecuária, Exportação de artesanato, Qualificação para o trabalho e Indústria de alimentos

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

## Alcance de venda de produtos e serviços

Perfil

Os 3 empreendimentos que atuam no **NORTE** vendem para, em média, 13 estados, chegando a atingir todo o Brasil

Os 25 empreendimentos que atuam no **SUDESTE** vendem para, em média, 6 estados, chegando a atingir todo o Brasil

Os 13 empreendimentos que atuam no **NORDESTE** vendem para, em média, 8 estados, chegando a atingir todo o Brasil

Os 7 empreendimentos que atuam no **SUL** vendem para, em média, 11 estados, chegando a atingir todo o Brasil

Os 2 empreendimentos que atuam no **CENTRO OESTE** vendem para, em média, 4 estados, atingindo as seguintes regiões do Brasil: Norte (AC, PA e RO), Sudeste (SP e RJ) e o próprio Centro Oeste (DF e MT)

### Resposta múltipla

Índice de multiplicidade de respostas:

- Norte – 12,67
- Nordeste – 8,23
- Centro Oeste – 3,50
- Sudeste – 6,36
- Sul – 11,43

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

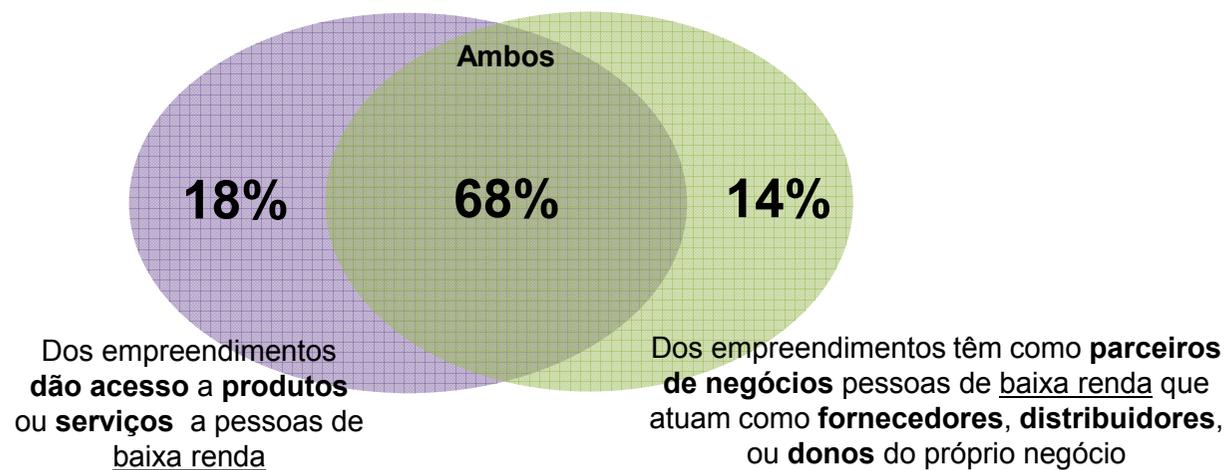
Ano de fundação – em nº absolutos



1980	1	1990	1	2000	3	2010	3
1983	1	1992	1	2001	3	Total: 3	
Total: 2		1993	1	2002	2		
		1994	2	2003	1		
		1996	1	2004	1		
		1997	2	2005	3		
		1998	2	2006	7		
		1999	2	2007	4		
		Total: 12		2008	6		
				2009	3		
				Total: 33			

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Atualmente...



Dos empreendimentos **dão acesso a produtos** ou **serviços** a pessoas de baixa renda

Dos empreendimentos têm como **parceiros de negócios** pessoas de baixa renda que atuam como **fornecedores, distribuidores,** ou **donos** do próprio negócio



# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

## Impacto Social

Perfil



**96%**

Dos empreendimentos nasceram com a **intenção** de causar **impacto social**

**4%**

Dos empreendimentos não nasceram com a **intenção** de causar **impacto social**

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Auto-suficiência Financeira



## 64%

São negócios comerciais convencionais, que **não dependem de doações**

## 36%

São organizações que **dependem parcialmente de doações** (até 90%), mas que pretendem se tornar **independentes** e operar com **recursos próprios**



# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

## Foco / setor de atuação



**Critério IRIS**  
OD 7487/ PD 3017

**Resposta múltipla**  
Índice de multiplicidade de respostas: 2,34

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Natureza da atividade

Critério IRIS  
OD 6306

Perfil



Resposta múltipla

Índice de multiplicidade de respostas: 1,64

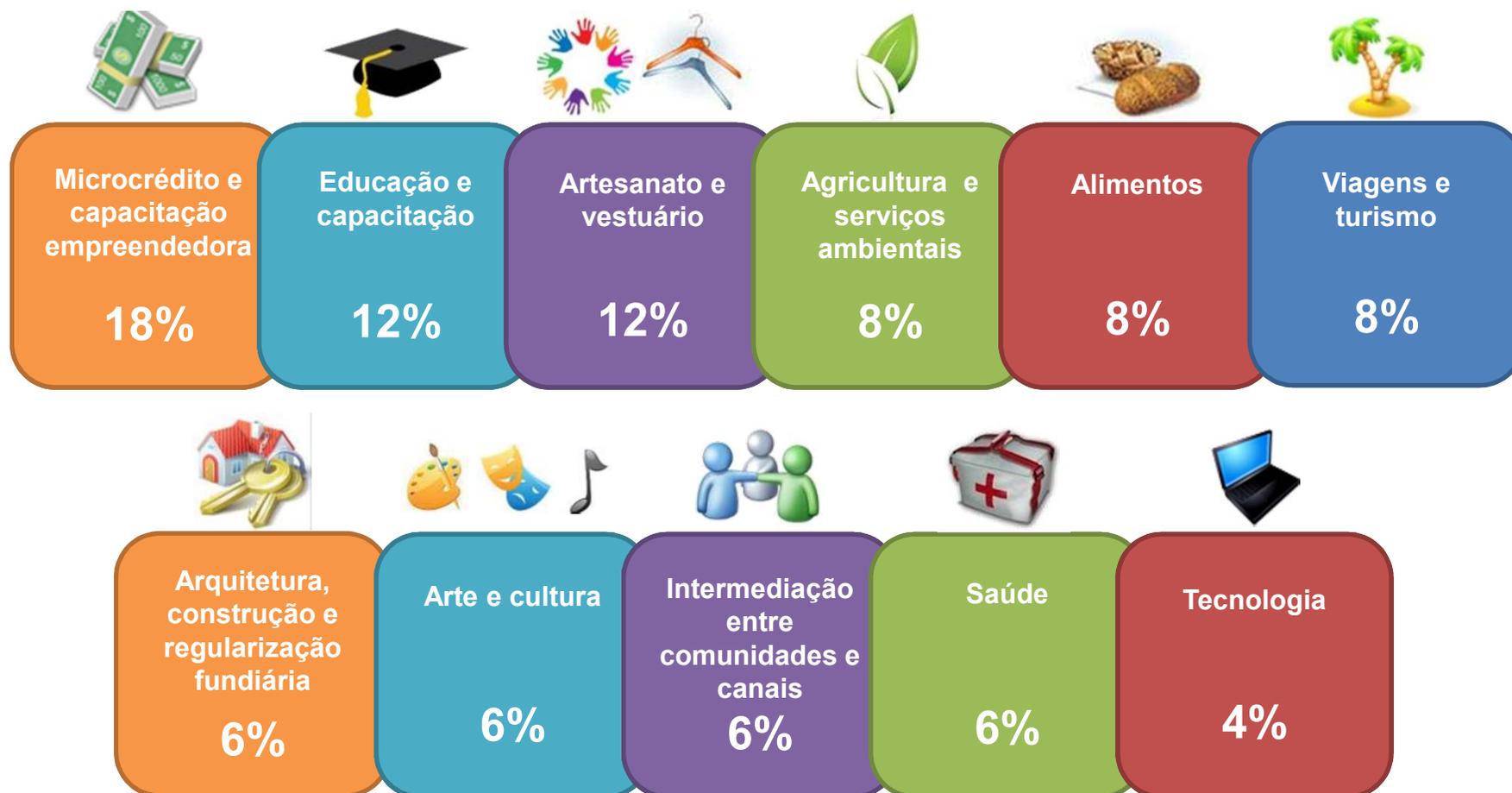
# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

## Produtos ou serviços oferecidos

(pergunta aberta – net de respostas)

Critério IRIS  
PD 7899

Perfil



Outros: 6%

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Quem compra os produtos ou serviços oferecidos

Critério IRIS  
PD 7993

Perfil



Indivíduos /  
domicílios

74%



Pequenas e  
médias  
empresas

60%



Grandes  
empresas

48%



ONG's

26%



Governo

18%

Resposta múltipla

Índice de multiplicidade de respostas: 2,26

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Como reduzem custos para os clientes ou melhoram as condições comerciais de acesso ao produto/serviço

Perfil



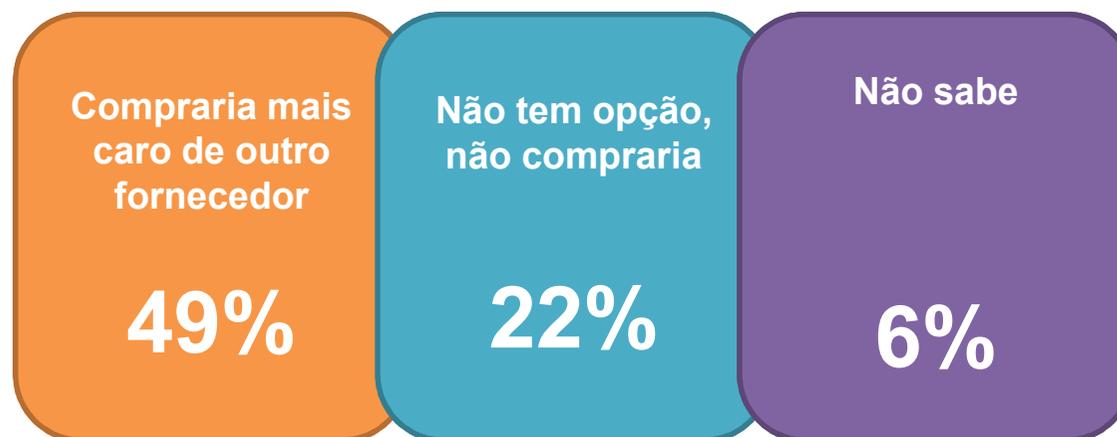
Outros\*: 38%

Resposta múltipla

Índice de multiplicidade de respostas: 1,74

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Opção do cliente / consumidor caso não existisse o empreendimento



Outros\*: 23%

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Principal impacto social que atingem

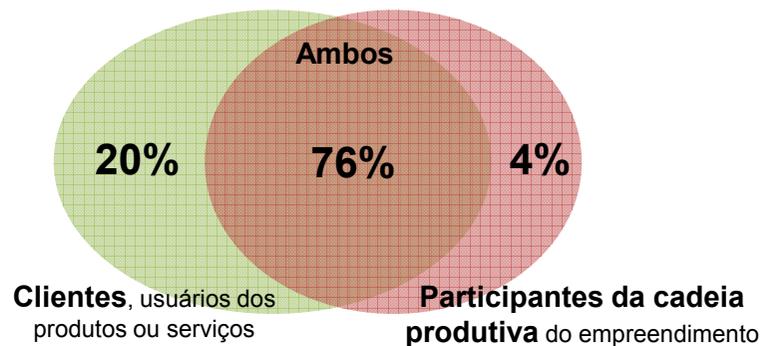


Principal impacto social atingido	
Aumento de Renda/Produtividade	36%
Acesso a educação	16%
Acesso a moradia	8%
Capacitação	8%
Desenvolvimento da comunidade	8%
Acesso a serviços financeiros	6%
Geração de empregos	6%
Melhora das condições de Saúde	4%
Produtividade agrícola	2%
Prevenção e combate a doença	2%
Acesso a bens de consumo	2%
Acesso a informação	2%



# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

## Beneficiários



### Nº de pessoas beneficiadas em 2010\* x ano de fundação – em nº absolutos

<b>De 1 a 999</b>	21	1992 / 1994 / 1996 / 1997 / 1998 / 1999 / 2000 / 2001 / 2003 / 2005 / 2006 / 2007 / 2008 / 2009 / 2010
<b>De 1.000 a 9.999</b>	12	1983 / 1993 / 1994 / 1997 / 1998 / 2000 / 2001 / 2002 / 2005 / 2006 / 2007 / 2010
<b>De 10.000 a 99.999</b>	9	1980 / 1999 / 2001 / 2004 / 2005 / 2006 / 2007 / 2009
<b>De 100.000 a 999.999</b>	3	1990 / 2006 / 2008
<b>Acima de 1.000.000</b>	1	2006
<b>Não sabe dizer</b>	4	2002 / 2006 / 2008 / 2010

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

## Beneficiários



Grupos demográficos beneficiados – resposta múltipla	
População em geral	76%
Mulheres	38%
Crianças e adolescentes	30%
Deficientes	16%
Minorias / grupos marginais / excluídos	16%
Índice de Multiplicidade	1,76

Critério IRIS  
PD 5752



Grupos sócio-econômicos beneficiados – resposta múltipla	
Até meio salário-mínimo	60%
De meio a 2 SM	72%
De 2 a 5 SM	38%
De 5 a 10 SM	24%
Mais de 10 SM	16%
Não sabe	2%
Índice de Multiplicidade	2,12

Critério IRIS  
PD 2541

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Pesquisas sobre o impacto social gerado



50%

Dos empreendimentos pesquisam ou coletam dados sobre o **impacto social gerado**

Metodologias utilizadas	
Metodologias Internas	38%
Metodologias externas	8%
ISO 26000	4%



50%

Dos empreendimentos não pesquisam ou coletam dados sobre o **impacto social gerado**

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

## Produtos ou serviços tecnológicos

Perfil



### 1/3

Dos empreendimentos buscou a **tecnologia** para viabilizar seus produtos ou serviços em outras fontes

### 2/3

Dos empreendimentos desenvolveram a **tecnologia** para viabilizar seus produtos ou serviços

#### Fonte tecnológica – resposta múltipla

Universidade	7
Copiou de modelo internacional	6
Incubadora tecnológica	3
Grande empresa	2
Investidor / Pessoa Física	2
Índice de Multiplicidade	1,82

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

## Aconselhamento



# 74%

Dos empreendimentos fazem algum **aconselhamento externo** ou recebem **orientação de outras Instituições** no dia-a-dia da atividade



# 26%

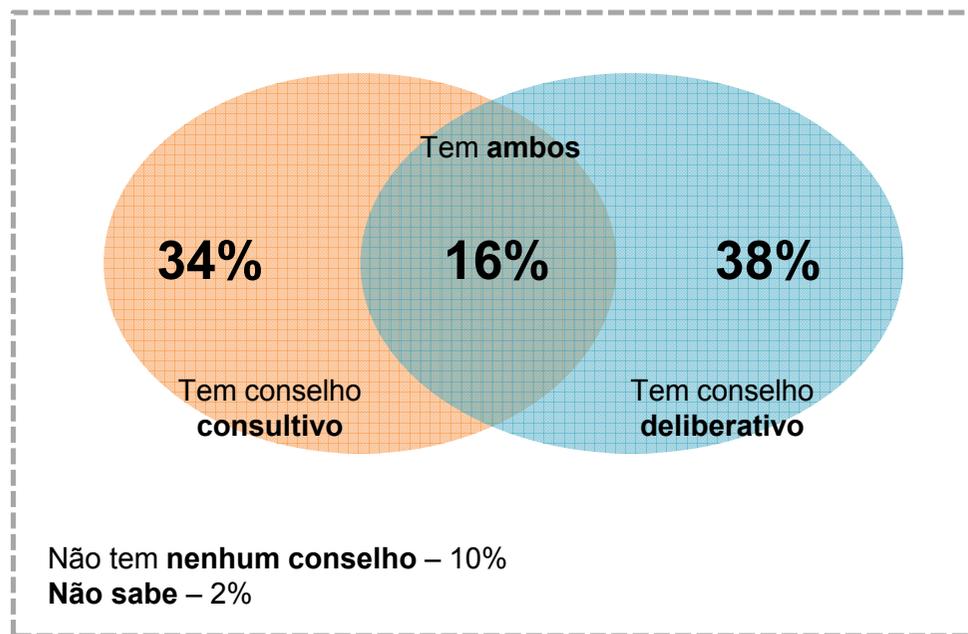
Dos empreendimentos não fazem algum **aconselhamento externo** ou recebem **orientação de outras Instituições** no dia-a-dia da atividade

### Com quem se aconselham – resposta múltipla em números absolutos

ONG / OSCIP	22
Consultorias	18
SEBRAE	13
Universidades	12
Agências do Governo	9
Incubadora de empresas	5
Órgãos setoriais	3
Banco	2
Índice de Multiplicidade	2,27

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

## Conselhos



Tem membros independentes (para os que tem conselho consultivo)	
Sim	29%
Não	4%
Não sabe	1%

Tem membros independentes (para os que tem conselho deliberativo)	
Sim	22%
Não	16%

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

## Investidores externos

(que não participam diretamente das operações e excluindo-se doações)

Recursos e  
lucratividade

# 54%

Dos empreendimentos tem investidores  
externos



# 46%

Dos empreendimentos não tem investidores  
externos

# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Expectativa de crescimento nos próximos 3 anos



Crescimento em %*	
– em nº absolutos	
De 0 a 25%	4
De 26 a 50%	10
De 51 a 100%	7
Acima de 100%	9
Não sabe	5



Crescimento em vezes	
– em nº absolutos	
2 vezes	4
3 vezes	5
4 vezes	1
5 vezes	5



# Negócios Sociais / Negócios Inclusivos

Expectativa de crescimento financeiro nos próximos 3 anos



Quanto esperam levantar* – em nº absolutos	
Até 1 milhão	14
De 1 a 5 milhões	14
De 5 a 12 milhões	7
Acima de 12 milhões	3
Não sabe	12

Quanto será proveniente de doações* – em nº absolutos	
De 0 a 25%	19
De 26 a 50%	4
Acima de 50%	2
Não sabe	3
Não respondeu	10

Quanto será proveniente de participações* – em nº absolutos	
De 0 a 25%	3
De 26 a 50%	5
De 51 a 75%	4
De 76 a 100%	19

Quanto será proveniente de empréstimos** – em nº absolutos	
De 0 a 25%	12
De 26 a 50%	4
Acima de 50%	5



\*Pergunta aberta, sem faixas pré-determinadas

Base: 50 entrevistas (volume em reais) / Base: 38 entrevistas (proveniente de doações) / \*Base baixa: 21 entrevistas (proveniente de empréstimos) / Base: 31 entrevistas (proveniente de particip.)

# Observações adicionais

Categoria Negócios



# Conceitos e nomenclatura

- Negócios Sociais/Negócios inclusivos são um fenômeno relativamente novo. Por isso, não estranha que ainda não exista consenso entre os teóricos do conceito e nem mesmo que não exista uma única maneira de sê-lo na prática.
- Identificamos muitas iniciativas que são híbridas, “jogam em todas as frentes”, e que não cabem em nenhum conceito
- A forma ou estatuto jurídico da organização não necessariamente define o *driver* da iniciativa para se tornar um NS/NI
- Trata-se de um desafio classificatório, mas é também uma enorme oportunidade



*A prática nos mostra que há oportunidade para refinar os conceitos e, talvez assim, captar novos negócios que já atuem dentro do escopo social, mas que não se identificam como tal*

*Atentar para não fechar muito a definição de NS/NI considerando que este é um campo em fase seminal.*

# Impacto social dos Negócios

- Os empreendimentos analisados se propõem a ter impacto social, atingindo o público BOP tanto diretamente quanto na sua inserção na cadeia produtiva.
- Existe uma lacuna importante e uma oportunidade em fomentar iniciativas inovadoras capazes de atender às necessidades não atendidas do público da base da pirâmide, nas áreas de saúde, educação, moradia e tecnologia



*Entre os negócios já existentes, cabe reforçar a importância da mensuração efetiva de seu impacto social.*

# Desenvolvimento do campo

- Existe um espaço importante para a disseminação mais consistente do conceito de negócios sociais/negócios inclusivos e da divulgação de iniciativas bem sucedidas neste campo
- Iniciativas como estas contribuiriam para:
  - Ampliar a discussão
  - Amadurecer o campo
  - Troca de experiências para atores que atuam em um campo novo e com muitos desafios
  - Fomentar a melhor estruturação das iniciativas
  - Ganho de conhecimento sobre as fontes de financiamento e apoio
  - Estimulo aos empreendedores para buscarem financiamento e apoio às suas iniciativas para potencializar o ganho de escala dos seus negócios
  - Estruturar uma métrica comum de mensuração do impacto social de seus empreendimentos, pois as iniciativas entrevistadas utilizam em sua maioria métodos próprios
  - Discutir modelos de gestão capazes de atender às especificidades dos negócios que pretendem ter impacto social positivo e gerar lucro

Para maiores informações, entrar em contato com:

Rob Parkinson  
ANDE Polo Brasil, Coordenador  
Email: [rob.parkinson@andepolobrasil.org](mailto:rob.parkinson@andepolobrasil.org)



## Anexo I

### **Sobre ANDE Polo Brasil ([www.andepolobrasil.org](http://www.andepolobrasil.org))**

A ANDE é uma rede internacional de organizações que apoiam pequenas empresas em crescimento em 150 mercados emergentes. O ANDE Polo Brasil articula as organizações-membro no país, para gerar e disseminar conhecimento sobre negócios sociais e negócios inclusivos, oferecer espaços de networking e troca com outros atores do ecossistema de empreendedorismo, e criar uma ponte com o setor internacional.

### **Sobre Fundação AVINA ([www.avina.net](http://www.avina.net))**

A Fundação Avina contribui para o desenvolvimento sustentável da América Latina, fomentando a criação de alianças entre líderes do setor social e empresários com o apoio de outras instituições internacionais. A Avina trabalha em quase todo o continente através da implementação de estratégias tanto nacionais quanto regionais.

### **Sobre Potencia Ventures (<http://www.potenciaventures.net/>)**

A Potencia Ventures oferece capital financeiro e intelectual para o desenvolvimento de ecossistemas de negócios em mercados emergentes, cujos produtos e serviços contribuam para reduzir a pobreza no mundo. A Potencia foi o primeiro investidor e principal parceiro estratégico na criação de diversas iniciativas-chave no campo dos negócios que servem a base da pirâmide no Brasil e também apoiou iniciativas de fortalecimento do ecossistema de negócios que servem a base da pirâmide na Colômbia, México, Argentina, Guatemala, Índia, Vietnã, África e Europa.

# Anexo I

## **Sobre a Plano CDE ([www.planocde.com.br](http://www.planocde.com.br))**

Especializada no universo das classes C, D e E, a Plano CDE é uma consultoria que auxilia empresas de quaisquer segmentos para o desenvolvimento de novas atividades e negócios inclusivos envolvendo os públicos da base da pirâmide. Suas atribuições contemplam ainda a idealização de pesquisas qualitativas e quantitativas para melhor responder as questões das empresas e treinamentos de executivos para atuar junto às classes C, D e E e mercados emergentes

## Anexo II:

# CRITÉRIOS IRIS UTILIZADOS NESSA PESQUISA

- Foco / Setor de atuação
  - (OD 7481 / PD 3017).....slide 26
- Natureza da atividade
  - (OD 6306).....slide 27
- Produto ou serviço oferecido
  - (PD 7899).....slide 28
- Clientes – quem compra os produtos / serviços
  - (PD 7993).....slide 29
- Qual é o impacto social atingido pelo empreendimento
  - (OD 6247).....slide 32
- Grupo demográfico beneficiado pelo negócio social
  - (PD 5752).....slide 34
- Grupo sócio-demográfico beneficiado pelo negócio social
  - (PD 2541).....slide 34