

Negócios de impacto social: tudo que você precisa saber



Introdução	3
Dados sobre os negócios de impacto social no Brasil	4
Desafios inerentes ao modelo de negócio	5
Dicas práticas para contornar os desafios e expandir	8
Passos para criar um negócio de impacto social	12
Conclusão	18
Sobre o Sebrae PE	19

Introdução

Você já pensou em aproveitar a **oportunidade de empreender de modo que o seu negócio resulte em um impacto relevante para uma grande parcela da sociedade?** Nesse contexto, via de regra — independentemente do nicho de atuação — o produto e/ou o serviço oferecido pela empresa gerará valor para o público-alvo.

No entanto, existem organizações que não só geram valor para os seus clientes, mas que também contribuem para o atendimento a uma importante demanda de um determinado local. Vamos a um exemplo?!

Suponhamos que uma companhia ofereça um serviço de energia solar para uma comunidade rural de uma cidade com um baixo volume de chuva anual no estado de Pernambuco. Na prática, será viável diminuir os custos relativos ao consumo de eletricidade e, ao mesmo tempo, reduzir a dependência da energia hidroelétrica.

Deve-se destacar, porém, que um negócio de impacto social conta com o core business de resolver um problema social. Ele já nasce com esse propósito — e não necessariamente se destina apenas a classes mais baixas e marginalizadas. Há a possibilidade, por exemplo, de desenvolver um aplicativo com o intuito de resolver o problema de violência doméstica.

Neste e-book, a gente vai explicar mais detalhes sobre os conhecidos “**negócios de impacto social**”, ressaltando alguns dados interessantes que podem ser levados em consideração e explicando alguns dos seus desafios, entre outros tópicos importantes. Continue a leitura e tire já as suas dúvidas!

Dados sobre os negócios de impacto social no Brasil

Para entendermos um pouco mais a fundo os diferentes tipos de negócios de impacto social no Brasil, é interessante analisarmos os dados referentes ao setor. Existe, por exemplo, um estudo denominado [“Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental”](#), que é publicado desde 2017 — com uma nova versão lançada a cada dois anos — que acompanha a evolução do pipeline desses empreendimentos e retrata a atualidade.

No último levantamento, vimos insights positivos a respeito desse tema, como:

- o fato de que 44% dos negócios mapeados no Brasil já acessaram doações e investimentos. Contudo, as empresas que chegam a esse nível já estão mais maduras quanto às suas estratégias e, hoje em dia, mais concentradas em regiões de poder econômico elevado, especialmente em capitais;
- a retratação de uma realidade que precisa ser trabalhada em diferentes cenários, levando em conta que, atualmente, as mulheres fundadoras ainda têm menos apoio no Brasil — 22% delas captaram recursos, enquanto esse percentual para os homens é equivalente a 29%;
- a popularização do uso de tecnologia, que tem se tornado cada vez mais presente, representando um diferencial para várias companhias, ampliando as chances de atrair a atenção de investidores e de organizações de apoio.



Desafios inerentes ao modelo de negócio

Outro ponto importante a ser destacado envolve a existência de alguns desafios que devem ser levados em consideração quando se trata da condução de um negócio de impacto social. A seguir, destacamos os principais!



Estudo dos riscos por parte do mercado de atuação

Quando um empreendimento busca **captar recursos para que possa crescer e se desenvolver de modo escalável**, é preciso apresentar um relatório bem-feito, que aborde, inclusive, os riscos do setor de atuação e as estratégias traçadas no intuito de superá-los. O propósito é viabilizar que os investidores em potencial identifiquem a credibilidade do negócio e tenham interesse em fazer parte da implementação da ideia proposta.

Nesse caso, o papel da gestão de uma empresa de impacto social é **demonstrar a importância do segmento**, indicando detalhadamente como o mercado funciona e quais são as projeções atuais. Dessa forma, o processo de captação de investimentos e o alcance do objetivo organizacional de maneira mais consistente — e em curto prazo — se tornam possíveis.

Nível de maturidade do negócio

No que diz respeito à maturidade do negócio, estamos nos referindo à **necessidade de conhecer profundamente a própria solução e de ter um discurso que realmente faça com que as pessoas entendam o propósito e a estrutura do empreendimento**. Ou seja, uma abordagem que consiga demonstrar de forma prática do que se trata a empresa.

Aliás, quanto ao entendimento do produto e/ou do serviço, o ideal é não focar apenas aquilo que é oferecido hoje em dia. O mais recomendável é conduzir uma análise sobre o modo como as mudanças sociais podem impactar o negócio e acerca do que será feito sob tais circunstâncias, incluindo as projeções para determinado período.





Manutenção do diálogo entre os empreendimentos

A verdade é que existem **muitos desafios a serem contornados por um negócio de impacto social**. Porém, é viável superá-los com menos dificuldade quando há diálogo entre as empresas que atuam com o propósito de gerar valor para uma parcela da sociedade.

Ou seja, quando há proximidade entre as marcas, há também a oportunidade de a gestão entender os eventuais entraves do setor como um todo.

Assim, torna-se possível, por exemplo, manter um *bench* relativo às melhores práticas que vêm sendo executadas no mercado.

Portanto, encontrar e estabelecer parcerias com organizações cuja atividade é complementar torna tudo mais fácil. Entretanto, a interação que ocorre nesse ecossistema ainda poderia melhorar em diferentes pontos, bem como o apoio que as equipes oferecem umas às outras.

Dicas práticas para contornar os desafios e expandir

Além das iniciativas que já abordamos — e que contribuem especificamente para a superação dos desafios apresentados —, existem outras medidas essenciais para quem deseja conduzir um empreendimento com impacto social. Confira!



Fortalecimento do ecossistema

Com o intuito de **fortalecer o ecossistema, como vimos, é imperativo haver uma aproximação com outras empresas**. No entanto, existem mais práticas que também colaboram para esse fim, como o **fomento às coalizações locais**.

Ao conhecer o seu público-alvo e o valor que o negócio deseja gerar na sociedade como um todo, é recomendável buscar ter contato com pessoas que já são da área e que atuam em outras frentes. Diante disso, eventuais parcerias serão firmadas de maneira mais efetiva, de modo que o seu empreendimento seja reconhecido e identifique, de fato, quais são as demandas do local no qual está situado.

A propósito, outra medida interessante envolve o aproveitamento de algumas das metodologias e ferramentas inerentes ao conceito de [economia criativa](#), que se voltam à inovação e à capacidade de “pensar fora da caixa”. Em suma, o intuito é descobrir novas soluções sustentáveis que viabilizem o enfrentamento de eventuais desafios sociais.

Inclusive, **a união de ambas as concepções — economia criativa e empreendedorismo de impacto social — tende a gerar um ciclo positivo de desenvolvimento socioeconômico e de transformação.**

Ampliação da discussão para o mercado

Quem começa a empreender e **deseja gerar impacto social com o seu negócio entende bem a importância desse tipo de empresa** para o mercado. No entanto, **é indispensável que essa discussão não fique restrita** ao nicho dos que conhecem esses empreendimentos e entendem o seu verdadeiro propósito.

Ou seja, é preciso que os investidores e as demais organizações tenham domínio do tópico e saibam quais são os tipos de negócios existentes. Além disso, o ideal é que eles levem, por si só, o debate para outras áreas, de modo que mais pessoas fiquem a par da temática.



Estabelecimento de bons indicadores

Como vimos até aqui, **os negócios de impacto social são empresas como qualquer outra.**

Nesse sentido, é válido considerar que uma companhia que alcança bons resultados, via de regra, conta com indicadores adequadamente estabelecidos e monitorados de maneira contínua.

Afinal, no momento de buscar investimentos e captar recursos, é necessário ter em mente que as pessoas vão se interessar (ou não) pela estratégia do negócio, pelos números e pela evolução.

Então, somente por meio dessas análises é que as equipes de diferentes setores poderão traçar um plano de ação para melhorar constantemente os seus resultados — **mais um fator que vai gerar credibilidade e interesse perante o mercado.**

Criação de boas narrativas

Outro ponto importante envolve a **criação de narrativas por parte da gestão para que o público também se interesse pelo negócio.** Inclusive, o ideal é que a sociedade enxergue o empreendimento como uma companhia que entende as demandas daquele nicho e que atua de modo direto para gerar valor.

Assim, mesmo quem não precisa necessariamente dos produtos e/ou dos serviços da marca se tornará um divulgador. Ou seja, as pessoas colaborarão genuinamente para a ampliação do alcance do empreendimento e, dentro do possível, contribuirão para que o objetivo organizacional seja atingido com mais facilidade.

Passos para criar um negócio de impacto social

Por fim, elencamos algumas das principais iniciativas para criar um negócio de impacto social que seja verdadeiramente relevante para uma determinada parcela da sociedade. Veja a seguir!

Escolha uma causa que tenha conexão direta com o nicho desejado

Um negócio de impacto social pode **se envolver com diferentes causas que tenham relevância para um determinado nicho**. Independentemente da área de atuação, porém, é interessante que o empreendedor foque a criação de uma conexão direta.

Na introdução deste material, demos o exemplo de uma empresa de energia solar. A mesma companhia não teria tamanha relevância se o serviço fosse oferecido em uma cidade do estado do Rio de Janeiro, mas, sob aquelas circunstâncias contextualizadas, geraria valor e causaria impacto. Percebe a diferença?





Então, é imprescindível que o negócio entenda a causa e mantenha uma conexão direta com ela, **tornando-se parte da realidade local e buscando estratégias que realmente vão levá-lo ao resultado esperado**. Caso contrário, dificilmente a organização alcançará o seu objetivo.

Uma boa medida a ser tomada antes de começar a empreender envolve conversar com as pessoas que teriam o dia a dia impactado. No mesmo sentido, outra excelente prática é estudar tópicos que estejam relacionados ao tema.

O ideal é partir para a ação apenas quando todos os pontos forem levantados. Dessa forma, você provavelmente terá condições e soluções que demonstrarão efetivamente que a ideia proposta pela marca faz sentido, tanto para aquela parcela da sociedade afetada quanto para os investidores em potencial.

Tenha um propósito

Um negócio de impacto social precisa ter um propósito.

A partir disso, será possível guiar as ações e as estratégias organizacionais de acordo com o que for levantado.

Portanto, o empreendedor terá a oportunidade de entender a fundo aquele tema, conduzir pesquisas de campo, identificar oportunidades e elaborar um plano que faça sentido para o desenvolvimento do empreendimento e para o público que se deseja impactar. Nesse contexto, é fundamental levar em consideração que a empresa é um tipo de investimento como qualquer outro.

Aliás, justamente por isso, torna-se necessário identificar as suas forças e as suas fraquezas. Outro aspecto importante envolve entender quais são as melhores ações que podem ser adotadas e, ao mesmo tempo, elaborar um planejamento estratégico que possibilite uma visão de longo prazo da corporação, sempre alinhada ao que se deseja alcançar enquanto propósito.



Defina a missão, a visão e os valores

Mais uma vez, como um negócio de impacto social se **trata de uma empresa como qualquer outra**, é indispensável estabelecer a missão, a visão e os valores de forma clara e precisa. Nesse sentido, algumas dicas incluem:

- entender o propósito da organização para que a missão esteja clara tanto para quem for empreender quanto para os possíveis investidores;
- estruturar o planejamento estratégico do negócio para definir a visão da companhia, de modo que as pessoas envolvidas no projeto saibam aonde querem chegar e trabalhem conjuntamente, com um mesmo foco e um só objetivo;
- identificar quais são as condutas e os princípios esperados de quem vive a realidade do empreendimento, levando em conta que são esses os valores fundamentais para que o negócio de impacto social tenha relevância e reúna uma equipe que realmente acredite no seu propósito.



Tenha clara ciência do público-alvo do negócio

Existem dois conceitos essenciais para qualquer tipo de empresa: **a persona e o público-alvo**. Apesar de os termos terem definições semelhantes, há diferenças significativas entre ambos.

De modo geral, o público abarca uma percepção mais abrangente, enquanto a persona traz dados bem relevantes e específicos sobre o potencial cliente da marca. Aliás, voltando ao exemplo da empresa de energia solar localizada no estado de Pernambuco, o público poderia ser definido como uma parcela de pessoas que buscam fontes de energia renovável. Já a persona abarcaria algumas peculiaridades, como:

- as fontes de consumo de informação que essas pessoas utilizam;
- as suas dores — além daquelas que a empresa pode solucionar;
- o tipo de atendimento que os potenciais clientes da marca gostariam de receber por parte do empreendimento e as abordagens mais adequadas;
- os formatos de conteúdos consumidos em canais variados, como blogs, redes sociais etc.

Com isso, as estratégias e as práticas implementadas pelo negócio teriam um foco muito mais preciso, **viabilizando o desenvolvimento da organização e a geração do impacto pretendido**.

Elabore uma estratégia para a captação de recursos

Por fim, também é válido que a empresa tenha uma estratégia clara voltada para a captação de recursos.

A propósito, com os valores devidamente estabelecidos, torna-se mais fácil identificar organizações que são compatíveis com o objetivo buscado — cujas chances de “comprar” o projeto aumentam consideravelmente.

Outro ponto de atenção diz respeito à necessidade de ser resiliente. Independentemente do modelo de negócio conduzido, quem empreende provavelmente ouvirá feedbacks negativos quando o tópico for voltado para a “venda” da ideia em diferentes cenários.

Sendo assim, o recomendável é definir os nomes com os quais é válido contar para firmar uma parceria, entender qual é o valor que o empreendimento gera e de que maneira as corporações podem se alinhar a favor de um único fim. Com tudo isso em mente, o discurso poderá ser desenhado e padronizado. Ou seja, **você conseguirá transmitir mais credibilidade e, conseqüentemente, aumentará as chances de obter êxito em variados contextos.**





Conclusão

Neste material, você pôde entender o que é um negócio de impacto social e qual é a sua importância, além de conferir detalhes sobre os desafios e as práticas que podem ser adotadas para que o projeto “saia do papel” de forma efetiva. Como vimos, **trata-se de um modelo que vem crescendo e que precisa ser enxergado sob uma análise mais apurada**, tanto por parte dos profissionais que fazem parte da equipe quanto pelos investidores em potencial.

Assim, os objetivos serão mais facilmente alcançados, e a sociedade será realmente beneficiada com as soluções oferecidas.



O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.