

Comunidades estratégicas de apoio ao empreendedorismo de impacto socioambiental: estudo de caso da “Comunidade B” de Pernambuco, Nordeste do Brasil

Ítalo Leal Ferreira de Almeida*, Renata Maria Caminha Mendes de Oliveira Carvalho e Marília Regina Costa Castro Lyra

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco - IFPE. Campus Recife. Av. Prof. Luiz Freire, 500. Cidade Universitária. Recife-PE (CEP 50740-545).
*E-mail: italoleal.2105@gmail.com.

Resumo. Os desafios sociais e ambientais são gigantes no Brasil e claramente o Governo, as organizações da sociedade civil e os cidadãos não dão conta de resolver os problemas sozinhos. Negócios mais conscientes que compreendem o seu papel como parte ativa na solução dos problemas da sociedade surgem para contribuir de forma positiva no mundo, atrelando lucro a impacto positivo. Para tanto, é preciso quebrar velhos paradigmas que apontam que todas as empresas são as vilãs, em detrimento de novos paradigmas que trazem uma nova economia baseada no impacto positivo. Sendo assim, esse trabalho visou a contribuir para o fortalecimento das comunidades e ecossistemas de empreendedorismo de impacto socioambiental positivo. É esperado que essa pesquisa ajude a crescer o número de iniciativas que monitoram e compartilham os seus impactos positivos gerados, inspirando a criação de novos negócios mais conscientes e sustentáveis. Este trabalho teve como objetivo analisar a Comunidade B do Estado de Pernambuco, verificar como ela funciona e identificar seus pontos de melhoria, analisar como a certificação B ajuda os empreendedores de impacto, identificar o uso de indicadores de impacto positivo pela Comunidade B e sugerir aprimoramentos. A metodologia utilizada nesta pesquisa teve como base o estudo de caso e entrevistas semiestruturadas com 11 Multiplicadores B formados pelo Sistema B. Como resultado foi possível observar um cenário de expansão dos negócios de impacto, baseado no aumento de capital disponível para investir nesse tipo de modelo de negócio, aumento do debate em *Environmental, social and corporate governance* (ESG), consumo consciente e mudanças climáticas e a busca cada vez maior por atuação com propósito e impacto socioambiental positivo. Também é possível perceber que há uma tendência natural das empresas colaborarem mais entre si e que é de fácil percepção o quanto ecossistemas de empreendedorismo

Recebido
28/12/2021

Aceito
19/02/2022

Disponível *on line*
25/03/2022

Publicado
30/04/2022



Acesso aberto



ORCID

ID 0000-0003-3216-378X
Ítalo Leal Ferreira de Almeida

ID 0000-0002-0524-3429
Renata Maria Caminha Mendes de Oliveira Carvalho

como a Comunidade B ajudam os empreendedores por meio do fomento ao *networking*, apoio mútuo e conhecimento sobre os temas relacionados aos negócios de impactos socioambientais. Como sugestões de melhorias têm-se, aumentar o engajamento e a frequência dos eventos, profissionalizar o voluntariado, começar a medir o impacto causado, investir na informação e educação de líderes, melhorar a comunicação, realizar rodadas de negócios e buscar por financiamento.

Palavras-chave: ESG; Indicadores de impacto; Impacto positivo; Multiplicadores.

Abstract. *Strategic communities to support social and environmental impact entrepreneurship: A case study of the “Community B” of Pernambuco, Northeastern Brazil.* The social and environmental challenges are huge in Brazil and clearly the Government, civil society organizations and citizens cannot solve the problems on their own. More conscientious businesses that understand their role as an active part in solving society's problems and emerge to make a positive contribution to the world, linking profit to positive impact. Therefore, it is necessary to break old paradigms that point out that all companies are the villains, to the detriment of new paradigms that bring a new economy based on the positive impact caused by for-profit and non-profit organizations. The proposal is to measure the success of an organization by its ability to promote well-being to people, society, and nature. A new focus of action beyond profit at all costs. Therefore, this work aimed to contribute to the strengthening of communities and entrepreneurship ecosystems with a positive socio-environmental impact. It is expected that this survey will help to grow the number of initiatives that monitor and share their positive impacts generated, inspiring the creation of new, more aware, and sustainable businesses. This work aimed to analyze Community B in the State of Pernambuco, verify how it works and identify its points of improvement, analyze how certification B helps impact entrepreneurs, identify the use of positive impact indicators by Community B and suggest improvements. The methodology used in this research was based on the case study and semi-structured interviews with 11 Multipliers B trained by System B. As a result, it was possible to observe a scenario of expansion of impact businesses, based on the increase in capital available to invest in this type of business model, increased debate on Environmental, social, and corporate governance (ESG), conscious consumption and climate change and the increasing search for action with purpose and positive social and environmental impact. It is also possible to notice that there is a natural tendency for companies to collaborate more with each other and that it is easy to see how much entrepreneurship ecosystems like Community B help entrepreneurs by fostering networking, mutual support, and knowledge about business-related topics of social and environmental impacts. Suggestions for improvements include

 0000-0003-2173-126X
Marília Regina Costa
Castro Lyra

increasing engagement and the frequency of events, professionalizing volunteering, starting to measure the impact caused, investing in information, and educating leaders, improving communication, holding business roundtables and seeking funding.

Keywords: ESG; Impact indicators; Positive impact; Multipliers.

Introdução

Em meio à crise atual, organizações buscam fortalecer seus serviços e produtos para permanecerem vivas. Uma das formas de se fazer isso é por meio do empreendedorismo socioambiental que visa à promoção de impactos positivos na sociedade e alcançar melhorias financeiras e maior eficiência para a organização, além de fortalecer sua marca. Trata-se de um assunto que tem se tornado frequente no meio organizacional e acadêmico nos últimos anos.

Os desafios sociais e ambientais são gigantes no Brasil e claramente o Governo, as organizações da sociedade civil e os cidadãos não dão conta de resolver os problemas sozinhos. Logo, uma nova frente vem se formando para fazer parte da solução, os negócios de impacto. São negócios mais conscientes que compreendem o seu papel como parte ativa da sociedade e surgem para contribuir de forma positiva no mundo, atrelando lucro a impacto positivo na sociedade.

Para tanto, é preciso quebrar velhos paradigmas que apontam que todas as empresas são as vilãs, em detrimento de novo paradigmas que gera uma nova economia baseada no impacto positivo provocado pelas organizações com fins lucrativos. Nessa nova economia um novo paradigma sobre a definição de sucesso tem se formado. A proposta é medir o sucesso de uma organização pela sua capacidade de promover bem-estar às pessoas, à sociedade e à natureza. Um novo foco de atuação para além do lucro a todo custo, para que novos paradigmas se estabeleçam, velhos paradigmas precisar cair por terra.

Impactos sociais são muitas vezes subjetivos e difíceis de mensurar. Essa complexidade representa um grande desafio para projetos e negócios sociais, que, na sua maioria, acabam não tendo seus impactos avaliados. Apesar das dificuldades e do custo envolvido, é uma certeza que a mensuração do impacto é o caminho para o desenvolvimento de intervenções cada vez mais efetivas e contributivas para a construção de sociedades mais justas e sustentáveis (Fabiani et al., 2018).

Desde o início da pandemia do novo coronavírus, Covid-19, no início de 2020, os olhares se voltaram para como as empresas enfrentariam essa crise de saúde cuidando de seus colaboradores e da sociedade. Foi aí que o empreendedorismo social ganhou ainda mais destaque na mídia. Os problemas sociais se agravaram muito nesse período. Muitas pessoas entraram em isolamento social para cumprir a quarentena sem a devida condição financeira para isso. Para contribuir com a mudança desse cenário devastador muitos empreendedores se uniram rapidamente para fazer doações e criar soluções sociais para enfrentar juntos este momento tão desafiador da humanidade.

Certamente em momentos de grandes incertezas e desafios, como o atingimento dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) para o ano de 2030 é necessário união e empatia. Compreender o valor da unicidade. A pandemia trouxe muitas reflexões e algumas delas foram sobre o quanto é forte a dependência dos seres humanos ao meio ambiente e do quanto as questões sociais foram negligenciadas até então. Assim, os novos negócios e os já existentes têm observado a importância de promover impacto

socioambiental positivo com suas ações. A perspectiva é que cresça o número de negócios de impacto nos próximos anos.

O contexto atual da área de abrangência dessa pesquisa é de incerteza econômica. Há uma busca do desenvolvimento econômico e da superação da crise política que contribui negativamente para a mudança do cenário econômico. Com a valorização e disseminação do conceito de empreendedorismo socioambiental se faz necessária uma análise mais profunda das empresas, projetos e da apresentação de resultados, que demonstram o cenário de empreendedorismo socioambiental na região. É importante também que sejam feitas sugestões de fortalecimento desse comportamento empreendedor, até mesmo para permitir o aprimoramento de projetos socioambientais baseados no conhecimento produzido através de pesquisas científicas.

Historicamente o empreendedor é reconhecido por desenvolver negócios, por ter um potencial criativo significativo. É comum entre os empreendedores começar negócios do absoluto zero, correndo riscos calculados de fracassar o negócio, muitas vezes com propostas novas sem saber se conseguiriam lucro ou não. É também sabido que os empreendedores sempre foram grandes impulsionadores da economia de diversos lugares do mundo.

O arranjo para criação de uma organização de impacto socioambiental positivo não é algo fácil e pode carecer de uma visão externa para o seu aprimoramento, logo, o projeto inicial pode ser criado com déficits que podem ser resolvidos ao longo do tempo através de algumas melhorias. Os pesquisadores desenvolvendo seu trabalho com ética e profissionalismo podem contribuir para o incentivo da criação e o aprimoramento de projetos de empreendedorismo socioambiental de sucesso.

É necessário ir além do problema encontrado para solucioná-lo, a raiz do problema envolve mais fatores do que um olhar superficial poderia identificar. Para sugestões de soluções reais é preciso estudar e diagnosticar o contexto da região e conhecer intrinsecamente o problema, pois caso contrário, não será possível trabalhar na sua resolução de forma assertiva.

Dessa forma, apesar do crescente interesse no segmento do empreendedorismo socioambiental é sabido que poucos empreendedores seguem esse viés e menos ainda usam indicadores de impacto positivo para monitorar seus resultados. Logo, todos os benefícios que o empreendedorismo socioambiental causa à sociedade ocorre em pequena escala. O grande problema aqui apresentado é o baixo número de empreendedores atuando com responsabilidade, propósito e transparência pelo bem-estar das pessoas, da sociedade e do planeta gerando impacto socioambiental positivo.

Esse trabalho aspira contribuir para o fortalecimento das comunidades e ecossistemas de empreendedorismo de impacto socioambiental positivo. A expectativa é que cada vez mais existam iniciativas que monitorem e compartilhem os seus impactos gerados, inspirando a criação de novos negócios mais conscientes e sustentáveis.

Material e métodos

A metodologia empregada está baseada em técnicas qualitativas de investigação, portanto fez-se necessária uma abordagem qualitativa de estudo de caso, na qual se propõe investigar a comunidade estratégica de apoio ao empreendedorismo de impacto socioambiental positivo intitulada “Comunidade B” que atua dentro dos limites territoriais do estado de Pernambuco, Brasil.

Outro pilar de sustentação metodológico encontra-se na ideia da ecologia dos saberes (Santos, 2002), que defende uma relação de construção harmônica entre o empírico e o teórico, o científico e o senso comum. Afinal, não existe saber superior, o conhecimento se constrói por meio de múltiplas visões de mundo que nos faz superar as ignorâncias e aprender um pouco mais a cada dia (Bezerra, 2010).

Nesse estudo de caso pode-se encontrar as quatro fases citadas acima; como demonstrado a seguir.

Delimitação da unidade-caso (Fase 1)

No presente estudo foi escolhida a unidade-caso Comunidade B por ela estar presente em vários estados brasileiros, ser um ecossistema atuante no apoio aos negócios de impacto socioambiental e por estar ligada a uma certificação de renome e atuação internacional a certificação do Sistema B. Por esses motivos acredita-se que essa escolha tem uma relevância significativa e merece uma investigação aprofundada. Utilizando-se observação direta e uma série de entrevistas semiestruturadas.

O estudo de caso foi escolhido uma vez que trata de uma estratégia para examinar acontecimentos contemporâneos, mas não se podem manipular comportamentos relevantes. Pois para Martins (2008) mediante um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado, o estudo de caso possibilita a penetração em uma realidade social, não conseguida plenamente por um levantamento amostral e avaliação exclusivamente quantitativa (Martins, 2008).

Coleta de dados (Fase 2)

Coleta de dados secundários - O levantamento de dados secundários, bibliográfico e documental, se fez necessário em todas as etapas da pesquisa, sendo imprescindível para aprofundar a compreensão e avaliação da Comunidade B. Segundo Boni e Quaresma (2005), o ponto de partida de uma investigação científica deve basear-se em um levantamento de dados em fonte bibliográficas e documentais. Esse levantamento trata-se da pesquisa bibliográfica.

Coleta de dados primários - Após a pesquisa exploratória do tema foi realizada a observação dos fenômenos para se obter maiores informações e em seguida, foram realizados contatos com especialistas para coletar dados ou sugestões de possíveis fontes de informações úteis. A entrevista semiestruturada foi utilizada na busca de se obter informações, ou seja, coletar dados subjetivos pois que, eles se relacionam com os valores, às atitudes e às opiniões dos sujeitos entrevistados (Boni e Quaresma, 2005). As entrevistas foram orientadas por um conjunto de perguntas estruturadas previamente em um roteiro (Tabela 1).

Dessa forma foram formuladas entrevistas semiestruturadas visando à compreensão da Comunidade B, à importância da certificação internacional do Sistema B e do papel dos empreendedores de impacto socioambiental que fazem parte da Comunidade B de Pernambuco.

Tabela 1. Roteiro de entrevista com Multiplicadores B da comunidade B Pernambuco.

Entrevista com Multiplicadores B
1) Na sua visão o que tem provocado o surgimento e amadurecimento de negócios de impacto socioambientais em Pernambuco?
2) Como as comunidades/ecossistemas empreendedores ajudam no processo empreendedor?
3) Qual é a importância de uma empresa adquirir uma certificação internacional como a do Sistema B?
4) Quais contribuição a ferramenta B Impact Assessment (BIA) dá ao empreendedor?
5) A comunidade B usa algum indicador para monitorar o impacto da iniciativa? Se sim, qual?
6) Quais são as maiores dificuldades de gerir uma comunidade B? Quais melhorias poderiam ser feitas?

Foram aplicadas entrevistas com Multiplicadores B que compõem a Comunidade B de Pernambuco. A seleção dos entrevistados teve como pré-requisito, fazer parte da Comunidade B de Pernambuco e ter participado do curso de multiplicador B ofertado pelo Sistema B. Sendo assim, as entrevistas foram realizadas com oito mulheres e três homens com as mais distintas visões sobre negócios de impacto socioambiental positivo.

As entrevistas foram realizadas via telefonema ou vídeo chamada e deu-se através das perguntas feitas pelo entrevistador, respostas anotadas e validadas com os entrevistados. Esse método foi adotado para que os entrevistados ficassem à vontade para trazer suas visões diante as perguntas propostas. O formato de entrevista realizada à distância foi adotado para respeitar as diretrizes de distanciamento social da Organização Mundial de Saúde (OMS) diante a pandemia do COVID-19.

Dessa forma, sendo o processo de coleta de dados no estudo de caso mais complexo que o de outras modalidades de pesquisa, foi utilizada mais de uma técnica. A obtenção de dados mediante procedimentos diversos foi fundamental para garantir a qualidade dos resultados obtidos.

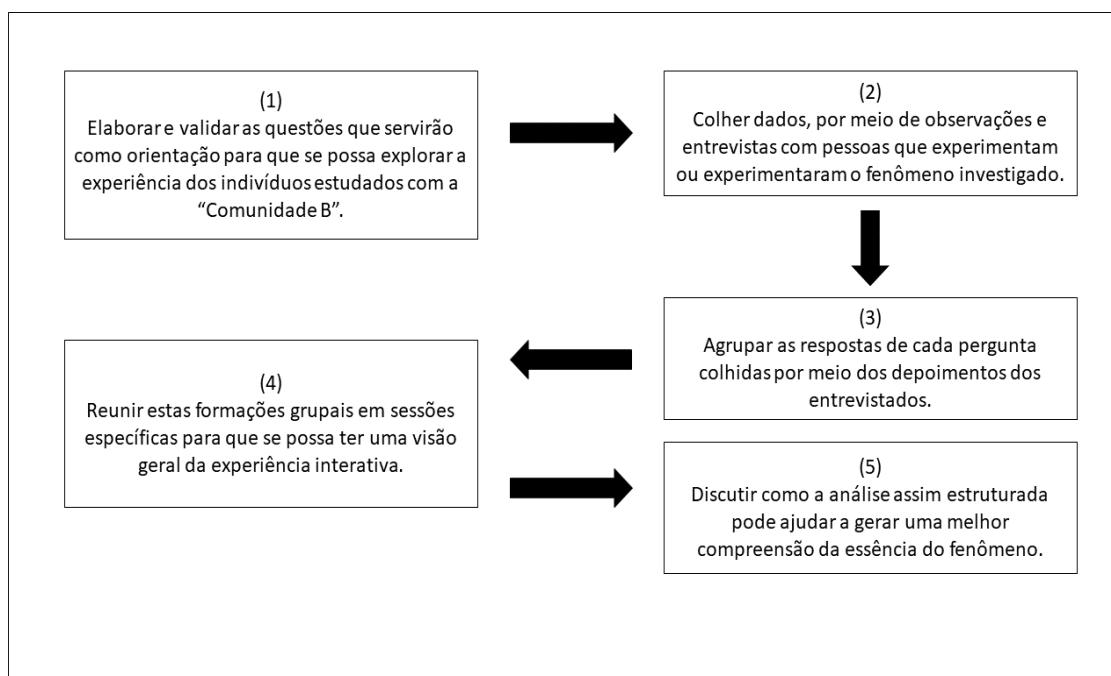


Figura 1. Passos para a coleta e o tratamento de dados. Fonte: Adaptado de Carvalho e Vergara (2002).

Análise e interpretação dos dados (Fase 3)

Por se tratar de um artigo de natureza tipicamente qualitativa, foi gerado um volume de dados expressivo que precisou ser organizado e compreendido, requerendo assim um processo continuado em que se procurou identificar algumas tendências, padrões e relações, desvendando-lhes o significado. O processo foi complexo, não-linear e implicou num trabalho de redução, organização e interpretação dos dados que se inicia já na fase exploratória e acompanha todo o ciclo da investigação, conforme apontamentos de Teixeira (2003). Os resultados das entrevistas corroborados com o levantamento

bibliográfico e observação foram estruturados em quadros sínteses de acordo com cada questionamento.

Esta metodologia teve como principais objetivos, colher informações obtidas unicamente através desse método, identificar as possíveis problemáticas e fatores-críticos da Comunidade B e obter o conhecimento e a opinião de um conjunto de atores-chave sobre diversos aspectos cruciais do desenvolvimento da Comunidade B e de negócios de impacto socioambientais.

Escrita dos resultados (Fase 4)

Foi feita a transcrição das entrevistas, agrupamento dos dados coletados e construção das sessões temáticas com base nos objetivos do trabalho juntamente com as respostas dos entrevistados, construção dos quadros síntese e dos quadros de caracteres (estruturas visuais das informações obtidas com as entrevistas) e por fim análise da correlação e discrepância entre as visões sobre os negócios de impacto e a atuação da Comunidade B obtidas através das entrevistas com os multiplicadores B.

Resultados e discussão

Os resultados das entrevistas corroborados com o levantamento bibliográfico e observação, foram estruturados em quadros sínteses de acordo com cada questionamento. Metodologia aplicada teve como principais objetivos, colher informações obtidas unicamente através desse método, identificar as possíveis problemáticas e fatores-críticos da Comunidade B e obter o conhecimento e a opinião de um conjunto de atores-chave sobre diversos aspectos cruciais do desenvolvimento da Comunidade B e de negócios de impacto socioambientais.

No Brasil o empreendedorismo de impacto socioambiental positivo tem se tornado cada vez mais expressivo, a prova disso é a criação de fundos de investimentos voltados exclusivamente para esse tipo de negócio. Uma das características que observamos nos negócios do século 21 é a tendência a trabalhar em colaboração com outros empreendedores. Dessa forma os ecossistemas empreendedores surgem para cumprir um papel importante, unir empreendedores para colaborarem entre si e fortalecer seus negócios.

Considerando que os problemas sociais são oriundos das manifestações humanas e das interações destes com o meio ambiente, seja na perspectiva do trabalho, da cultura, da convivência com o outro, da (des)organização das cidades, do descaso com o meio ambiente, dos conflitos de crença, etnias, raças e interesses econômicos, gerando impactos e riscos globais, os principais riscos em termos de impacto identificado para os próximos 10 anos relacionam-se com a sustentabilidade do planeta, sendo: mitigação e adaptação às mudanças climáticas; crise de água; migração involuntária em larga escala; altos preços de energia; perda da biodiversidade e colapso dos ecossistemas; crise fiscal; massificação de doenças infecciosas e uma profunda instabilidade social (Prim et al., 2018).

Em janeiro de 2020, dois fatos também muito importantes confirmaram a tendência de alta do conceito de sustentabilidade. Primeiro Larry Fink, CEO da BlackRock, o principal investidor do mundo, divulgou uma carta aberta ressaltando a urgência de as empresas terem sustentabilidade na gestão e estratégia do negócio. Depois, o Fórum Econômico Mundial, realizado em Davos, dedicou tempo nunca visto à discussão de um novo tipo de capitalismo, o capitalismo de *stakeholder*, orientado pela noção de colocar o propósito à frente do lucro (Voltolini et al., 2020).

Segundo o dado do Instituto Akatu (Akatu, 2018) aproximadamente 4% da população Brasileira vive realmente o consumo consciente. Pode parecer pouco, mas diante a extensão do Brasil são mais de 8 milhões de pessoas. Gente suficiente para mobilizar empresas para uma prestação de serviço e venda de produtos mais sustentáveis.

Ainda há muito o que fazer com a finalidade de incentivar o consumo consciente no Brasil para que esse dado aumente. E o primeiro passo deve ser justamente a economia dos recursos naturais que são usados na produção de produtos e prestação de serviços consumidos pelas pessoas.

As ações governamentais e não governamentais realizadas por ONGs e instituições da sociedade civil muito têm realizado ao longo destes anos, porém, à medida que as instituições que possuem um propósito socioambiental concentram suas ações com crescimento, de forma aritmética, os problemas sociais e ambientais crescem geometricamente e em alguns casos exponencialmente, dificultando assim a minimização em larga escala (Prim et al., 2018).

De acordo com o Data SEBRAE (SEBRAE, 2020) temos mais de 19 milhões de empresas ativas no Brasil. Através da utilização dessa força empresarial muitos problemas socioambientais podem ser resolvidos. Cumprir apenas com o seu dever é pouco diante os desafios que o Brasil aporta. É necessário agir para além das exigências legais. Atuar em colaboração para resolver os problemas do país é imperativo.

Um grande exemplo de colaboração entre empresas para solucionar um problema comum aconteceu no Brasil diante a pandemia do COVID-19 em 2020, momento em que as empresas se juntaram e criaram hospitais, doaram equipamentos médicos e deram suporte para o atendimento dos pacientes. O volume financeiro de doado pelas empresas para o enfrentamento ao COVID-19 no ano de 2020 somam mais de 6,5 bilhões de reais segundo ABCR (2021), mais do que dobro de investido social privado comparado ao mesmo período do ano de 2018 que foi de 3,25 bilhões de reais doados de acordo com senso da GIFE (2019) que é realizado bianualmente.

O momento singular que estamos vivendo de enfrentamento aos impactos negativos da pandemia do novo Coronavírus trouxe à tona uma série de reflexões e convites a mudança. Uma atenção maior em relação ao que estamos consumindo e de quem estamos consumindo é imperativa, assim como se questionar com mais frequência sobre qual contribuição social e ambiental dão as organizações que me fornecem serviços ou produtos.

A partir da quarentena imposta foram observadas mudanças nos ecossistemas como redução da emissão de gases do efeito estufa, aparecimento de espécies raramente encontradas nas cidades e recuperação de paisagens. Tudo isso causa uma reflexão importante para aquecer as discussões sobre o aquecimento global e como podemos mudar o rumo da economia para um viés mais sustentável com diminuição dos impactos das mudanças climáticas antrópicas.

Caracterização da Comunidade B

Para que o leitor conheça como a Comunidade B atua e qual legado ela deixa na jornada empreendedora dos seus membros fez-se necessário a caracterização dela na Tabela 2. Sendo assim, esta seção se dedica à caracterização da Comunidade B. Para tal fim, os interlocutores desta pesquisa foram questionados quanto a: "Como as comunidades/ecossistemas empreendedores ajudam no processo empreendedor?" As respostas encontram-se na Tabela 2.

Na Tabela 3 é possível observar alguns dos principais pontos percebidos nos discursos dos interlocutores.

Tabela 2. Síntese de como as comunidades/ecossistemas empreendedores ajudam no processo empreendedor.

Entrevistado	Relato
1	Ajudam o empreendedor na sua jornada que muitas vezes é solitária, tornando essa uma jornada em grupo. Dando força a sua ação no mundo pois agora ele não se vê mais sozinho. Ajuda o empreendedor a descobrir melhorias e inspirar os outros. Contribuem para aprofundar nos temas ligados aos negócios de impacto. Ajuda os empreendedores a terem clareza de qual é o perfil do seu negócio. Ajudam a unir os empreendedores e com o amadurecimento do discurso, os negócios tradicionais têm sido atraídos para repensarem suas ações e mudar o <i>mindset</i> dos líderes. Assim, tem motivado os líderes a desejarem participar desses movimentos.
2	Já é difícil empreender no Brasil e empreender promovendo impacto positivo é mais difícil ainda. As comunidades de empreendedores de impacto colaboram para o desenvolvimento do networking, parcerias e ampliação dos negócios envolvidos, servem para uso do benchmarking, para diálogo entre empreendedores e suporte para o desenvolvimento de seus negócios podendo contar com a ajuda uns dos outros.
3	Ajudam por conta do networking gerado pela comunidade e trazem um senso de pertencimento a um grupo que busca viver propósitos semelhantes. A jornada do empreendedor muitas vezes é muito solitária e fica um sentimento de que está indo na contramão do mundo que não se preocupa com o uso dos recursos naturais e até chega a parecer que seu objetivo é impossível de ser alcançado. Encontrar exemplo como Magna Coeli da Refazendo dá um gás e inspira novas ações. Outro benefício é a ajuda mútua entre os participantes da comunidade, as parcerias, mentorias etc.
4	Rodadas de negócios privilegiam as empresas que tenham práticas responsáveis. Ajuda como <i>advocacy</i> como por exemplo GRI, capitalismo consciente, Sistema B, ajudam a criar políticas públicas, compras públicas responsáveis e outros. Treinamentos e eventos ajudam a comunidade a se desenvolver.
5	Ajuda com networking, apoio mútuo entre os participantes e com indicação de cursos e capacitações.
6	Ajudam inspirando os empreendedores a medir seu impacto, consumo etc. Ajudam com a divulgação de eventos educacionais que ajudam os empreendedores a ter mais consciência do seu impacto para poder medir e fornecendo ferramentas para isso.
7	Ajudam o empreendedor a atuar com a cooperação e compreender que coexistimos com interdependência. Trazem um convite para os empreendedores colaborarem mutuamente com outros empreendedores. No futuro não existirá mais empresas que não colaboram entre si.
8	Ajudam a trazer empresas para estar próximo dos conceitos e aplicações práticas para verem que de fato é um bom negócio e que dá para fazer. Ajuda a levar essa tomada de consciência para as os jovens e empreendedores para que ultrapassem o discurso e tomem ações.
9	Os negócios de impacto mudam como o sistema opera e o mundo inteiro está indo nesse sentido. Não tem como ir contra essa força. A geração atual, está chegando com cada vez mais força para criar e apoiar os negócios de impacto. Fomentando uma economia circular e compartilhada. Os negócios que olham para isso impactam positivamente a sociedade e seu próprio negócio. É um caminho sem volta. Mudando a forma de negociar, de gerar conhecimento, de tocar negócios, ampliando a consciência geral das pessoas sobre a importância de investir em negócios de impacto social.
10	Os dinamizadores. Exercem um papel importantíssimo. Apoio na criação de negócios de impacto, captação de recursos e capacitação. E assim ajudam a crescer esse setor. Ajudam as empresas a colaborarem e fazerem rodadas de negócios.

Tabela 2. Continuação.

11	Ajuda com o trabalho em rede, assim, possibilita a amplificação do impacto que quer ser gerado. A área de negócios tem uma tendência a ser competitiva. Já as comunidades ajudam a atuar em colaboração através de valores e propósitos semelhantes. Unindo a diversidade das pessoas para criação de soluções diferenciadas para o mercado e fortalecendo as soluções existentes para uma transformação na sociedade.
----	--

Tabela 3. Caracterização da Comunidade B.

Caracterização da Comunidade B	
Ajuda o negócio a descobrir melhorias	
Atrai negócios tradicionais	
Ajuda no aprofundamento nos temas dos negócios de impacto	
Inspira outros negócios a incorporarem o tema	
Promove <i>networking, benckmarking</i> , parcerias e ampliação dos negócios	
Rodadas de negócios	
Ajudam a criar políticas públicas	
Ajuda as pessoas a se desenvolverem através de treinamentos e eventos	
Incentiva o apoio mútuo	
Ajuda com indicações de cursos e capacitações	
Inspiram os empreendedores a medir seu impacto	
Ajudam com a divulgação de eventos educacionais	
Incentiva a atuar com a cooperação e interdependência	
Ajuda a levar essa tomada de consciência para as os jovens e empreendedores	
Mostra que é um bom negócio e que dá para fazer	
Fomenta uma economia circular e compartilhada	
Mostra a importância de investir em negócios de impacto social	
Apoia na criação de negócios de impacto, captação de recursos e capacitação	
Ajuda as empresas a colaborarem e fazerem rodadas de negócios	
Ajuda com o trabalho em rede	

Na caracterização da Comunidade B pode-se perceber o quanto ela ajuda no processo empreendedor. É fácil perceber o quanto se repetem as citações sobre as ajudas que essas comunidades empreendedoras dão por meio do fomento ao *networking*, apoio mútuo e conhecimento sobre os temas relacionados aos negócios de impacto socioambientais. Essas são algumas das frentes de ajuda que uma comunidade de apoio ao empreendedorismo de impacto deve oferecer.

Em agosto de 2019, 181 grandes empresas norte-americanas, associadas da *Business Roundtable*, assinaram um manifesto público pró-empresas mais sustentáveis, propondo um reset no chamado business as usual. Alguns dias depois, 230 investidores financeiros europeus, ligados à Ceres, acolheram o manifesto e se propuseram a caminhar juntos. Uma ação semelhante fez os articuladores do Sistema B. Em novembro de 2019, a ciência souu um alerta global: um estudo realizado por 11 mil cientistas de 153 países decretou estado de emergência climática, o que significa dizer que o aquecimento do planeta evoluiu mais rapidamente do que estimavam suas pesquisas. Reverter é possível. Sim, claro. Mas difícil, complexo. Pede atitudes firmes e decididas (Voltolini et al., 2020).

A cooperação é peça chave na transformação da sociedade em busca de um ambiente mais justo e equilibrado. A noção de interdependência origina a ideia de que estamos todos conectados e devemos agir em conjunto. Caiu por terra o conceito de individualidade nos negócios. Para prosperar e promover impacto positivo é necessário

criar parcerias entre organizações independente do setor e da concorrência de mercado. O objetivo é um só, promover o bem comum.

Os ecossistemas partem da premissa que as novas empresas não são ilhas isoladas, mas crescem e sobrevivem em ambientes onde inúmeros fatores podem apoiar o seu desenvolvimento, nomeadamente, capital humano, financiamento, sistemas e mentores de apoio, estruturas governamentais e educação e formação, apoio cultural, liderança, intermediários, entre outros (Valente et al., 2018).

As comunidades estratégicas de apoio ao empreendedorismo de impacto socioambiental positivo são ecossistemas pulsantes que contribuem ativamente para o desenvolvendo dos negócios na localidade. Logo, para isso é necessária uma série de ações que realmente fortaleçam o empreendedor. Colaborar para criação de políticas públicas e ambientes regulatórios que apoiem esse tipo de empreendedorismo por exemplo, é indispensável.

Os negócios sociais buscam criar valor, em vez de empregos, que se tornam uma consequência em vez de um objetivo, tendo em conta que buscam lucro, visando à sua sustentabilidade, independência de doações de forma total ou parcial, e buscam soluções de impacto social e ambiental (Curi e Miguel, 2017).

Como foi citado pelos entrevistados, a oportunidade de fazer *networking* e trocas genuínas com pessoas que entendem de negócio de impacto positivo é uma grande vantagem para o empreendedor que faz parte dessas comunidades. A realização de rodadas de negócios torna-se uma excelente estratégia para promover o apoio mútuo, conectar os empreendedores para fazerem parcerias e negócios.

Ao longo dessa pesquisa uma observação constada é que um dos temas mais desafiadores para os empreendedores de impacto é a medição do impacto causado. Logo, promover oportunidades de aprofundamento no tema, disseminando-o de forma clara e simples ajudará muito os empreendedores, independente da fase de maturidade do seu negócio. O conhecimento sobre os tipos de indicadores e como monitorá-los é pouco explorado.

Logo, as comunidades estratégicas de apoio ao empreendedorismo de impacto socioambiental positivo podem contribuir de modo significativo para o sucesso desses empreendedores. Levando em consideração que são negócios necessários para o desenvolvimento de uma sociedade mais justa e equilibrada, é de extrema importância que as comunidades de apoio ao empreendedorismo se fortaleçam, se unam e ajudem novas comunidades a surgirem para consolidar uma cultura de empreendedorismo de impacto socioambiental positivo no Brasil.

Certificação B no empreendedorismo de impacto socioambiental

A comunidade B é uma iniciativa vinculada ao Sistema B, organização que certifica empresas de acordo um protocolo de comprovação de práticas de impacto positivo. O propósito de existência da comunidade extrapola o objetivo de atrair empresas para serem certificadas. Sendo assim, organizações que são certificáveis ou não fazem parte da comunidade.

Para compreender melhor quais os diferenciais que a certificação do Sistema B pode trazer para os empreendedores a seguinte pergunta foi feita aos entrevistados: “Qual é a importância de uma empresa adquirir uma certificação internacional como a do Sistema B?” As respostas encontram-se na Tabela 4.

Tabela 4. Síntese da importância de uma empresa adquirir uma certificação internacional como a do Sistema B.

Entrevistado	Relato
1	Networking local e internacional. Provocando uma interlocução entre empreendedores B e criando uma comunidade de empreendedores podendo gerar inspiração para criação e implementação de novas práticas de impacto positivo. Aumenta a capacidade da empresa reter talentos pois promove uma conexão do propósito da empresa com o propósito do colaborador. Ter o selo B chama mais atenção de investidores. Inclusive no último ano foram criados fundos de investimentos para negócios de impacto. O fundo Black Rock, o maior fundo de investimento do mundo está desinvestindo em empresas sem <i>Environmental, social and corporate governance</i> - ESG e focando seus investimentos em empresas com práticas em ESG.
2	Primeiro ponto é necessidade de uma rotulagem para se diferenciar das organizações que não apresentam práticas de impacto positivo. É importante salientar que cada vez mais os consumidores querem garantia da procedência dos produtos e serviços que consomem. Também é uma forma de evitar o <i>greenwashing</i> e por fim exercitar a governança.
3	Dar a certeza para o consumidor que está buscando fazer a diferença no seu setor. Comprova boas práticas. Ajuda a se apresentar de uma forma diferente e buscar provocar mais impacto positivo. Ajuda a empresa a dar atenção e trabalhar alguns temas como por exemplo, qualidade de vida dos funcionários, racismo, igualdade de gênero e igualdade social, buscando ter práticas que vão além do que é exigido por lei.
4	Leva a reflexão sobre os impactos que a empresa causa. E com os <i>assessment</i> ele pode observar indicadores e comparar seus resultados com os de outras empresas. O processo de certificação e relato de sustentabilidade permite medir, gerenciar e evoluir a partir de critérios objetivos.
5	Confiança para o consumidor. Credibilidade do processo. Ajuda a ter um networking diferenciado no nicho de negócios de impacto. Mostrar que você tem realmente responsabilidade socioambiental e que não é apenas uma jogada de marketing.
6	É fundamental para ajudar as empresas a mudar suas atitudes e atuar com <i>Environmental, social and corporate governance</i> (ESG) por exemplo. Ajuda as empresas a procurar melhorias nessas áreas. Focar mais nas questões humanas.
7	Entrar na nova economia, na economia do futuro e estar numa comunidade de empresas que pensam como você que querem trabalhar com colaboração, transparência, relação sustentável e madura nos negócios. Vai para além do que vou ganhar com isso e passa para o que vou gerar de valor para a sociedade com o meu negócio.
8	Contribui principalmente para o empresário de mente aberta que busca avançar em novos mercados. Oportunidade para ter uma visibilidade global e internacionalizar seus serviços e produtos. Conquistando novos clientes e parceiros pois a certificação abre portas para fazer negócios com outras empresas semelhantes em princípios e valores de impacto positivo.
9	Muitos negócios estão fechando as portas nessa pandemia. E as empresas que têm ações de impacto positivo estão tendo um fôlego a mais para continuar vivas pois são mais valorizadas pelos clientes. Sendo assim há uma maior garantia de manutenção dos empregos. Isso é muito positivo. Uma força para garantir a longevidade da empresa em momentos de crise como essa que estamos vivendo.
10	Nas minhas leituras cheguei à conclusão que trabalhar com impacto virou algo prioritário. Uma necessidade. E obter uma certificação como essa é de extrema importância para as empresas que estão olhando para o futuro e atuando com impacto positivo.

Tabela 4. Continuação.

11	Comunicar a geração de impacto para a sociedade. Através de um terceiro que é neutro e que avalia o impacto. Obter uma certificação como essa comunica que a empresa tem valores similares aos seus consumidores e parceiros e ajuda o consumidor a colocar o seu poder de compra a favor do que faz sentido para ele.
----	--

Na Tabela 5 é possível verificar de modo mais visual a visão dos multiplicadores B entrevistados sobre a importância dessa certificação para as empresas.

Tabela 5. A importância de adquirir a certificação internacional do Sistema B.

<i>Networking</i> local e internacional
Inspiração para criação e implementação de novas práticas de impacto positivo
Retenção de talentos
Chama atenção de investidores
Diferenciação das empresas que não apresentam práticas de impacto positivo
Exercitar a governança
Comprovação de boas práticas
Ajuda a empresa a trabalhar temas para além das exigências legais
Observar indicadores e comparar seus resultados com os de outras empresas
Confiança para o consumidor
<i>Networking</i> diferenciado no nicho de negócios de impacto
Ajuda as empresas a procurar melhorias de ESG
Entrar na nova economia, na economia do futuro e estar numa comunidade de empresas
Avançar em novos mercados
Visibilidade global e internacionalizar seus serviços e produtos
Ajuda a conquistar novos clientes e parceiros
Uma força para garantir a longevidade da empresa em momentos de crise
Comunica que a empresa tem valores similares aos seus consumidores e parceiros

Adquirir uma certificação B é mais que conseguir um selo para estampar nos produtos e sites de uma marca, é um atestado de compromisso com a mudança. Um dos diferenciais dessa certificação é que as empresas, consumidores e parceiros que conhecem ela, sabem o valor que tem por sua credibilidade e transparência no processo de certificação. E isso provoca um maior engajamento com a marca.

Nesse sentido, nota-se o início do movimento de empresas que buscam se distinguir por sua missão, as certificadas *B Corporations*, ou Empresas B. O objetivo é melhorar a sociedade onde estão inseridas por meio de mecanismos de mercado e redefinir o conceito de sucesso nos negócios. As empresas são, então, tratadas como ferramentas de mudança e desenvolvimento social. O princípio não é querer ser a melhor do mundo, mas a melhor para o mundo (Comini et al., 2014).

Em meio a diversas iniciativas e correntes sobre a necessidade latente de sustentabilidade, torna-se fundamental distinguir as práticas de maneira objetiva e eficiente. Especialmente na identificação das organizações que tem claramente como objetivo fim a geração do valor compartilhado e a redefinição do conceito de sucesso nos negócios (Comini et al., 2014).

Muitas empresas estão prosperando, apesar dos grandes desafios apresentados pela pandemia de Covid-19. O ponto comum é um compromisso autêntico e integrado com

objetivos maiores do que lucratividade ou crescimento. Na verdade, na última crise financeira, empresas com certificado B (que equilibram propósito e lucro) tiveram 63% mais chances de sobreviver do que outras empresas de tamanho semelhante(Debevoise, 2020).

Há um movimento natural das pessoas buscarem propósito em suas vidas e chega o momento de questionar o próprio trabalho. Como a organização que eu trabalho contribui para um mundo melhor? Quando a resposta é satisfatória o empenho do colaborador se torna outro. As pessoas são movidas por motivos além do financeiro e um deles é o propósito. Sendo assim, organizações que tem o seu propósito definido e age de acordo com ele tem maior capacidade de reter grandes talentos. O que vai influenciar na decisão daquele colaborador ficar ou não na organização é o quanto ele está alinhado com as práticas da empresa.

Assim como no Movimento B, o alinhamento de propósito das empresas certificadas com o adotado pelo Sistema B, ou o B-Lab globalmente é o principal propulsor da certificação (Vasconcellos, 2019).

O movimento das empresas que geram benefícios para a sociedade já é global. Investidores estão diariamente garimpando as melhores iniciativas de mercado a fim de encontrar um negócio que valha a pena ser investido. Ter uma certificação B amplia as possibilidades de ser encontrado por esses investidores e começar um diálogo sobre o potencial de impacto do negócio. Estar no radar de fundos de investimentos internacionais é uma excelente oportunidade para ampliar as operações e causar ainda mais impacto positivo no mundo.

O que não é medido não cresce e a monitoramento de indicadores é um dos componentes indispensáveis quando se trata da obtenção de uma certificação B. Uma das possibilidades é conhecer outras práticas de impacto positivo de empresas B e se inspirar para incorporar novas frentes de trabalho. Acompanhar indicadores com mais atenção acaba se tornando um processo natural dentro de uma empresa B pois a certificação cobra esses dados e suas devidas comprovações. Logo, a certificação B é excelente para empresas que querem medir com mais empenho seus resultados, pois a busca pela certificação desperta um senso de responsabilidade e um compromisso maior com o monitoramento de suas práticas de impacto positivo.

Contribuições da ferramenta *B Impact Assessment (BIA)* para os negócios de impacto

Invariavelmente uma empresa que desejar obter uma certificação B terá que preencher a avaliação do BIA que gera um relatório de como a empresa está do ponto de vista do seu impacto socioambiental gerando uma pontuação para a organização.

Logo, é imprescindível que falemos sobre como essa ferramenta ajuda o empreendedor para que possa ser compreendida qual ajuda será capaz de obter ao preencher esse formulário gratuito e disponível para uso de qualquer organização por qualquer pessoa. Sendo assim, na entrevista foi formulada a seguinte questão para o interlocutor: “Quais contribuições da ferramenta *B Impact Assessment (BIA)* dá ao empreendedor?” As respostas encontram-se na Tabela 6.

De acordo com a perspectiva dos interlocutores, a Tabela 7 traz um resumo dos principais pontos observados nos discursos, os quais correspondem à minha perspectiva como pesquisador/observador.

Tabela 6. Síntese das contribuições da ferramenta B *Impact Assessment* (BIA) para os negócios de impacto.

Entrevistado	Relato
1	É uma ferramenta de gestão de impacto positivo que possibilita a implementação de melhorias na governança e em ESG. A ferramenta tem integração com os objetivos do desenvolvimento sustentável e apresenta com quais ODS a empresa se conecta mais. Isso possibilita que a empresa preencha o <i>SDG Action Manager</i> da ONU para trabalhar a fundo o desenvolvimento dos ODS2030 em sua organização. Ajuda a empresa a saber qual o momento está em relação ao impacto positivo, quais direções seguir e o que melhorar. Ajuda a empresa a se planejar e montar grupos de trabalho para temas-chave específicos para implementação das melhorias. No primeiro ano de existência da comunidade B em Pernambuco o número de usuários do BIA no estado subiu de 1 para 120 no período de maio de 2019 a maio de 2020 e nessa data 12 de abril de 2021 temos 202 empresas utilizando o sistema.
2	Uma metodologia de mensuração de impacto é cara e custosa. Ofertá-la de modo gratuito ajuda muito as organizações a medir e crescer em suas áreas mensuráveis.
3	Um dos pontos principais são os insights que a ferramenta gera para o empreendedor, oportunidade de se engajar com novos temas e compreender o que você faz de bom e o que precisa ser melhorado ou iniciado na sua organização. Serve também para a empresa meditar sobre onde está e onde deseja chegar.
4	Traz critérios objetivos para o gerenciamento do impacto, compara com outras empresas, mostra boas práticas, ajuda a medir com objetividade para passar a gerir.
5	Ajuda a conseguir ter uma avaliação geral da sua empresa e verificar pontos de melhoria.
6	Não sei informar pois nunca usei.
7	A ferramenta ajuda a impulsionar as empresas na direção de uma prática mais sustentável possibilitando um confrontamento das suas práticas de gestão.
8	Acredito que a avaliação ajuda na tomada de consciência da empresa para verificar se de fato ela está atuando com impacto socioambiental no seu dia a dia. Ajuda a empresa a analisar o que ela está trabalhando e se está indo na direção certa. Ajuda a iniciar um caminho de novas ações e se posicionar de modo diferenciado e até mesmo buscar uma certificação a partir dali.
9	Ferramenta gratuita e disponível para todos usarem. Democratiza o acesso a uma ferramenta que ajuda a criar um plano de governança de todos os tipos de negócios e organizações. Ajudando principalmente os pequenos negócios que são muitos no país. Ajuda no alinhamento dos planos para melhorias com as reavaliações servindo como um termômetro para verificar se os valores e propósitos estão de acordo com o momento que a empresa está vivendo. Com a ferramenta é possível verificar onde melhorar e até mesmo encontrar novos temas para incorporar no desenvolvimento da organização.
10	Tem o objetivo de nos ajudar a atingir aquilo que queremos fazer. Dá norte, é didática para diagnosticar e direciona ações para as empresas serem mais sustentáveis e promoverem impacto positivo. Ótima para quem quer seguir um caminho com propósito, mas não sabe por onde começar. Ajuda no que fazer e como fazer. Temos pelo menos uma centena de empresas que usa o <i>BIA Assessment</i> em Pernambuco. A <i>Bio Fair Trade</i> é uma delas. Até então, só uma empresa em Pernambuco concluiu o BIA e obteve a certificação. Essa ferramenta tem ajudado muitas empresas que atuam com responsabilidade socioambiental.
11	Dá um norte sobre como gerar impacto positivo e uma visão sobre quais práticas causam impacto, com qual alcance e intensidade. Ajuda a ter clareza de qual impacto quer ser causado.

Tabela 7. Contribuições da ferramenta B *Impact Assessment- BIA* para os negócios.

Contribuições da ferramenta B <i>Impact Assessment - BIA</i>
Possibilita a implementação de melhorias na governança e em ESG
Ajuda a empresa a saber qual o momento está em relação ao impacto positivo, quais direções seguir e o que melhorar
Ajuda a empresa a se planejar e montar grupos de trabalho para temas-chave específicos para implementação de melhorias
Ajuda muito as organizações a medir e crescer em suas áreas mensuráveis
Insights para o empreendedor
Oportunidade de se engajar com novos temas
Ajuda a medir com objetividade para passar a gerir
Avaliação geral da sua empresa
Verificar pontos de melhoria
Ajuda a iniciar um caminho de novas ações
Democratiza o acesso a uma ferramenta que ajuda a criar um plano de governança
Ajuda no alinhamento dos planos para melhorias
Ajuda no que fazer e como fazer
Ajuda a dar um diagnóstico sobre o momento da empresa
Dá um norte sobre como gerar impacto positivo
Dá uma visão sobre quais práticas causam impacto, com qual alcance e intensidade

Observando esse conjunto de relatos é possível perceber que a avaliação de impacto tem um grande potencial para inspirar as organizações a cuidarem cada vez mais dos temas que geram impacto positivo no seu dia a dia. Além da abertura de perspectiva ajudando os empreendedores a perceberem novos temas para incorporarem na sua jornada em busca de deixar um legado transformador na sociedade através do seu negócio.

Também é possível observar que a ferramenta BIA ajuda o negócio de impacto a ter um diagnóstico preciso com seus pontos fortes e fracos, oportunidades e fraquezas. A BIA pode ser útil como uma avaliação geral através da mensuração de impacto positivo para ajudar a empresa criar um plano de ações com as melhorias necessárias.

Os *stakeholders* buscam compreender se a missão social de uma organização é de fato um compromisso firme para decidir estar cada vez mais perto ou não daquela iniciativa, colaborando para o seu crescimento e desenvolvimento. Para empresas que prezam por um bom relacionamento com as partes interessadas do seu negócio a ferramenta BIA pode ser uma grande aliada para alcançar uma comunicação mais clara e transparente.

A utilização da ferramenta BIA ajuda muito as organizações a medirem o seu impacto e a compreenderem em qual momento estão. A partir dos relatórios gerados pela ferramenta é possível analisar o quanto madura estão as práticas de monitoramento e de medição do impacto gerado pela empresa.

Um ponto norteador é sem dúvida a capacidade do BIA de ajudar os empreendedores a conseguirem visualizar e implementar pontos de melhorias nos seus negócios. É natural o empreendedor de impacto estar muito envolvido com o propósito, a operação e o planejamento das ações da empresa e não conseguir enxergar com facilidade onde estão as falhas e as oportunidades de melhoria.

As métricas de desempenho socioambiental são uma forma de demonstrar que a missão social destas organizações configura mais que uma intenção, e de fato norteiam as atividades da organização (Silva, 2014).

Segundo Linhares (2017) o termo *Environmental, Social and Governance* (ESG) é uma expressão internacional utilizada para designar os componentes ambientais, sociais e

de governança associados à sustentabilidade e à informação não financeira. Essa estratégia sustentável tem como propósito aprofundar os componentes ambientais, sociais e de governança nas empresas criando a médio e longo prazo elementos de valor. O termo “investimento ESG” pode ser atribuído aos Princípios para Investimento Responsável (PRI), um conjunto de diretrizes globais elaboradas sob a liderança da Organização das Nações Unidas (ONU) e adotadas em 2006. Em 2016, o PRI teve a presença de 1.531 signatários institucionais, incluindo fundos de pensão e outros ativos proprietários, gestores de investimentos e prestadores de serviços que se comprometeram a incorporar as dimensões ESG ao tomar decisões de investimento, ou seja, incluir entre os critérios para selecionar as empresas que apresentam potencial para serem investidas apenas aquelas que apresentam políticas de ESG e, quando apropriado, envolvê-las para adotar políticas ESG mais fortes.

Como aponta Linhares (2017) os investimentos socialmente responsáveis diferenciam-se dos demais por incluírem variáveis ambientais, sociais e de governança nas suas opções de investimento. O perfil de investimento ESG é uma opção atraente para os investidores que não pretendem obter uma rentabilidade agressiva e que ao mesmo tempo querem um perfil de empresa que tenha boas práticas e promova o bem-estar social e ambiental.

Em meio a diversas iniciativas e correntes sobre a necessidade latente de sustentabilidade, torna-se fundamental distinguir as práticas de maneira prática e eficiente. Especialmente na identificação das organizações que tem claramente como objetivo fim a geração do valor compartilhado e na redefinição do conceito de sucesso nos negócios. Jay Coen Gilbert, Bar Houlahan e Andrew Kassoy criaram o Sistema B a partir da percepção dessa necessidade (Comini et al., 2014).

De acordo com Comini et al. (2014) diferente das certificações tradicionais, muitas vezes centradas nos produtos ou processos de produção, a certificação B avalia a atuação da empresa como um todo. Para os fundadores do Sistema B, as B Corps certificam empresas boas, e não produtos bons. Este diferencial fornece informações de compra mais abrangentes, já que uma empresa pode ter um produto certificado, e, ainda assim, realizar práticas prejudiciais à comunidade, por exemplo. No caso das *B Corporations*, certifica-se que o compromisso socioambiental esteja embutido no centro da missão e estratégia, ou seja, a empresa como um todo procura agir de maneira responsável.

Vale ressaltar que, em função das características, o formulário também pode ser utilizado por empresas para mensurar e melhorar o impacto socioambiental. Mais de 7.000 empresas já utilizaram a avaliação de impacto B com este fim. Ademais, o formulário online possui recomendações de boas práticas e possibilidades de *benchmark* com outras empresas, o que possibilita que uma empresa, além de questionar seu desempenho, tenha diretrizes de comparação e melhoria com base nas práticas de outras empresas e melhores práticas sugeridas pela B Lab (Comini et al., 2014).

Nas palavras de Rodrigues (2021) a modelagem BIA permite que as organizações compartilhem informações sobre si, bem como criem consciência e tomem ações concretas em relação aos seus impactos econômicos, sociais e ambientais. Além do mais, fornece uma abordagem atraente e holística para o gerenciamento de desempenho e avaliação do impacto social e ambiental gerados pelos seus negócios. A BIA é uma plataforma digital aberta, confidencial, on-line e fácil de usar.

Em breve resumo, o conteúdo da plataforma é projetado para ser uma ferramenta de avaliação e gestão de desempenho, estimada para permitir a compreensão interna, incentivo, e identificação de oportunidades de melhoria concretas para todos os negócios. Entender a BIA como uma ferramenta diferenciada é a direção para maximizar a redução das nossas desigualdades. Nada melhor do que a BIA fazer parte da avaliação dos negócios de impacto, principalmente os pequenos e médios, com potencial de receber aportes de investimentos ESG (Rodrigues, 2021).

Para mensurar o impacto socioambiental de um negócio social é necessário compreender os resultados de longo prazo alcançados excetuando-se a influência de atividades externas aos indicadores avaliados. A necessidade de isolar somente a contribuição das atividades de uma organização sobre os aspectos sociais e ambientais gera grandes dificuldades para mensurar impacto socioambiental (Silva, 2014).

A certificação B Corporation foi criada para identificar, com base em critérios claros e a neutralidade de avaliação, empresas que usam o poder dos negócios para resolver problemas sociais e/ou ambientais. A certificação se dá pela avaliação por meio de abrangentes padrões sociais e ambientais, e respeito a diferentes normas legais de prestação de contas (Comini et al., 2014).

O capítulo oitavo da Agenda 21 aponta a integração entre meio ambiente e desenvolvimento na tomada de decisão, por meio de indicadores, como imprescindível para a operacionalização do desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, várias iniciativas para sua mensuração foram desenvolvidas tanto em nível global quanto empresarial. Essas últimas são em menor número e desenvolvidas a partir, principalmente, de pressões externas dos seus principais *stakeholders* (Delai e Takahashi, 2008).

De certo modo, a certificação B configura uma evolução das ferramentas de mensuração de RSC como por exemplo o GRI ao serem incluídas etapas de validação das informações prestadas, o compromisso legal assinado e o selo de identificação (Vasconcellos, 2019).

Um dos diferenciais da ferramenta BIA é justamente a sua utilização ser gratuita e acessível a todos. Logo, organizações de todos os níveis e tamanhos podem se beneficiar dela para montar planos de ações mais coerentes com o que buscam do ponto de vista de geração de impacto positivo.

Identificação do uso de indicadores de impacto pela comunidade B

Um dos pontos chaves para obtenção de uma certificação B é o monitoramento das práticas da organização com base no uso de indicadores para que as ações sejam medidas de perto, analisadas e a partir daí novas metas serem traçadas. As metas devem desafiar a empresa a crescer no tema em questão e promover cada vez mais impacto positivo com suas ações. Sendo assim, fomos identificar quais indicadores a iniciativa de apoio estratégico ao empreendedorismo de impacto Comunidade B usa. Então elaboramos a seguinte questão aos entrevistados: “A comunidade B usa algum indicador para monitorar o impacto da iniciativa? Se sim, qual?” As respostas encontram-se na Tabela 8ondeé possível verificar de modo mais visual as respostas dos multiplicadores B entrevistados sobre o uso de indicadores de impacto pela Comunidade B.

Nessa pergunta a grande maioria dos entrevistados afirmam que a Comunidade B não usa ou desconhece o uso de indicadores de impacto para monitorar o alcance e a transformação que a iniciativa provoca. É possível observar que nenhuma métrica foi estabelecida formalmente para avaliar o desenvolvimento do projeto. Apenas uma resposta fala que foram usados alguns indicadores de modo informal.

Tratando-se de uma iniciativa vinculada ao Sistema B que preza e sabe a importância do uso de indicadores de impacto era naturalmente esperado que a Comunidade B apresentasse seus indicadores muito bem definidos, monitorados e comunicados com frequência as partes interessadas do projeto.

A Comunidade B não fazer o monitoramento adequado de suas ações é certamente um ponto que carece de atenção. É de extrema importância que a iniciativa faça a definição de quais indicadores são mais coerentes para a natureza do projeto e comece a fazer uso deles.

Tabela 8. Síntese sobre o uso de indicador para monitorar o impacto da Comunidade B.

Entrevistado	Relato
1	Não usa.
2	Não usa.
3	A comunidade não é formalizada. Logo, até agora não deu tempo de medir. As principais métricas de sucesso foram acompanhar o uso do BIA, quantos eventos houve participação de alguém falando e representando a comunidade, quantos participantes ouviram e quantas empresas foram visitadas com a finalidade de apresentar o Sistema B.
4	Desconheço o uso.
5	Acho que usa, mas não sei qual.
6	Não usa.
7	Não sei se usa algum.
8	Não sei qual eles usam.
9	Não sei responder. Sugestão criar uma métrica de autogestão para verificar para onde estamos indo e se estamos indo no caminho certo.
10	Não sei dizer.
11	Desconheço. Métrica comunica. Deveria ter. Sem métrica o discurso fala apenas de intenção e não fala de transformação.

O próprio Sistema B faz uso de indicadores para medir o impacto de suas ações e para avaliar as atividades das empresas que desejam obter a certificação ou recertificação do Sistema B. É um tema regular e corriqueiro dentro da organização.

De acordo com Brandão et al. (2013) a razão central para elaborar mecanismos que permitam conhecer os retornos sociais de um “negócio social” está associada à própria identidade desse campo. A diferença entre os negócios tradicionais e os negócios sociais é justamente a associação entre retorno financeiro e impacto social positivo.

Se o monitoramento do impacto social do projeto não é feito, o discurso fica vazio. A Comunidade B busca ampliar o leque de empreendedores de impacto positivo e para isso, precisa convencer que o seu movimento tem força e resultados interessantes a apresentar. Sem esses dados, aumenta a resistência à adesão e engajamento de novos membros para a comunidade. O discurso tem que estar alinhado com a prática para demonstrar credibilidade.

A responsabilidade pela avaliação exige investimento tanto de tempo para modelar as opções mais adequadas, quanto de recursos financeiros. Ainda que os recursos alocados para a avaliação tenham consequências sobre a rentabilidade do investimento no curto prazo, somente por meio desse processo o negócio social será capaz de sustentar-se como iniciativa comprovadamente capaz de gerar resultados sociais (Brandão et al., 2013).

O monitoramento do impacto não é algo inseto de custos. É uma etapa que precisa de bastante planejamento para que os recursos disponíveis sejam muito bem utilizados. A maioria das transformações socioambientais acontecem no médio e longo prazo. Os empreendedores de impacto naturalmente desenvolvem essa crença e compreendem que será necessário um certo tempo para o negócio poder observar o legado de suas ações. A percepção do legado pode ser percebida a partir do monitoramento e das métricas de impacto definidas pela organização.

Por isso Brandão et al. (2013) recorda, é fundamental que os investidores assumam essa responsabilidade e, ao elaborar seus portfólios, devem se preocupar com os estudos de impacto a serem realizados, compondo os recursos necessários para viabilizar economicamente essa empreitada.

Uma questão a se pensar é na possibilidade da Comunidade B ter investidores para ajudar a potencializar o impacto da iniciativa no Brasil. É sabido que é imperativo a

expansão da temática de negócios de impacto socioambiental positivo no país e sem dúvida, a escala de iniciativas como essa é uma solução adequada para muitos problemas do país na ordem social, ambiental, econômica e cultural.

Para Pinto et al. (2014) a teoria da mudança possibilita o aprofundamento do fenômeno social que se quer alterar, amparando escolhas de atividades, articulações e metodologias com maior probabilidade de alcançar resultados em diferentes níveis, para os indivíduos e as instituições. Contribui, ainda, para melhorar a comunicação entre as equipes, que passam a ter um olhar alinhado e orgânico sobre o projeto, delimitando responsabilidades e com intencionalidades explícitas em relação aos resultados e impactos.

Um passo importante para prosseguir com a ideia de implementar indicadores de monitoramento de impacto é a delimitação da teoria da mudança do projeto. É imprescindível que a iniciativa tenha clareza do impacto que deseja gerar e que as partes interessadas estejam alinhadas com isso. Assim como o entendimento de quais ações colaboraram para alcançar no objetivo pretendido.

Na avaliação, é preciso perguntar quem precisa de qual informação, com que propósito, até quando e com que nível de precisão. Observe-se que, nesse momento, não se deve passar diretamente para a fase de mensuração, como muitas vezes acontece. É necessário concentrar-se nas decisões ou ações mais importantes, e em como a avaliação poderá contribuir para informá-las (Bresolin et al., 2012).

Para decidir estrategicamente onde investir mais, é preciso ter noção se os resultados compensam o tempo, o esforço e outros recursos investidos. Por exemplo: De forma geral, valeu o investimento? Quais foram as iniciativas que geraram os resultados mais satisfatórios? (Bresolin et al., 2012).

Por tanto, para ter uma percepção mais aguçada sobre onde alocar melhor os recursos, é necessário utilizar métricas e indicadores para mensurar os resultados das ações realizadas. Sendo assim, através da análise de relatórios com base no que foi medido, as tomadas de decisões que influenciam o futuro do projeto serão mais assertivas.

Sugestões para aprimoramento da comunidade B

A comunidade B é uma iniciativa nova de apoio ao empreendedorismo de impacto socioambiental. O Sistema B percebeu que o Brasil precisava amadurecer mais a temática em suas regiões e decidiu estabelecer a Comunidade B no país, essa não é uma iniciativa presente em outros continentes em que o Sistema B internacional opera. Um olhar externo para um projeto novo como esse com o foco em identificar as dificuldades e sugerir melhorias pode ser muito bem-vindo para o aprimoramento dele, principalmente quando as observações partem de pessoas que vivem a dinâmica da própria Comunidade B. Pensando nisso a seguinte pergunta foi feita aos multiplicadores B: “Quais são as maiores dificuldades de gerir uma comunidade B? Quais melhorias poderiam ser feitas?” As respostas encontram-se na Tabela 9.

De acordo com as falas dos interlocutores, a Tabela 10 traz um resumo dos principais pontos observados nos seus discursos.

A dificuldade de conseguir manter um nível de engajamento satisfatório foi uma constante apontada pelos entrevistados. Para um projeto crescer e se desenvolver é necessário um alto engajamento dos gestores e dos parceiros da iniciativa. Essa não é uma tarefa em que o sucesso é fácil de ser alcançado.

Tabela 9. Síntese sobre as maiores dificuldades de gerir uma comunidade B e quais melhorias podem ser feita.

Entrevistado	Relato
1	Manter o nível de engajamento elevado. Isso é difícil porque exige muito dos líderes e por ser tudo voluntário o desafio é maior. Para melhorar a comunidade é necessário transferir autonomia para os membros da comunidade para que se sintam parte integrante e motivada para defender o tema por onde forem. Por exemplo, terem material para apresentar a comunidade e falar do Sistema B estando assim mais empoderado. Outra melhoria é criar um fluxo financeiro para as ações que se pretende fazer.
2	Como melhorias compreendo que uma gestão mais horizontal, mais democrática, mais convidativa e atuante faria a diferença.
3	As maiores dificuldade são engajamento, manter as múltiplas agendas rodando e manter a energia do grupo alta. Como melhorias trago a importância de dividir e explicar o papel de cada um dentro da comunidade, aumentar a frequência dos encontros, aumentar a audiência e melhorar a comunicação.
4	Dentre as Dificuldades de gerir uma comunidade B estão, pouca disponibilidade de tempo do público empreendedor e ausência de recursos para ajudar a realização dos eventos. Como melhorias para a comunidade sugiro a criação de uma estratégia mais voltada para atração de novos membros, empresas e ampliar o movimento. Além de estratégia de prospecção mais estruturada e compartilhada com demais membros e constância de encontros.
5	Dificuldade de engajar as pessoas a participarem e fazerem as coisas evoluírem. Existe algumas melhorias em andamento como editais para projetos, isso vai ajudar muito a fortalecer a comunidade e reconhecimento dos multiplicadores mais ativos.
6	Sugestões de melhoria: Facilitar acesso aos relatórios das informações sobre negócios de impacto. Ter reunião com frequência mensal com participações dos membros da Comunidade B para entender melhor o setor de negócios de impacto. Eventos mais inclusivos. <i>Lives</i> por exemplo.
7	Maior dificuldade é o engajamento das pessoas. O voluntário é um fator desafiador pois não permite que as pessoas se comprometam por muito tempo. Uma sugestão seria o Sistema B remunerar os líderes que gerem a comunidade B. O investimento para a comunidade B pode vir de através de apoio financeiro de empresas que querem seguir o caminho das empresas que geram benefícios. Esse pode ser um caminho para fechar essa conta.
8	Uma dificuldade é questão da quantidade de tempo disponibilizado pelos voluntários. Como sugestão de melhorias trago que para aumentar a quantidade de pessoas sensibilizadas é necessário ter mais momentos de aprofundamento da temática de negócios de impacto para que essas pessoas reverberem a mensagem na sociedade. Criar um dinamismo para interagir com o público e ir desmitificando conceitos principalmente nesse período de pandemia em que as pessoas estão muito online. Trazer o tema de negócios de impacto para eventos e públicos diversos para ser um convite para as pessoas se abrirem e adotarem uma nova postura nos negócios. Trazer falas de empresas que estão trilhando um caminho +B para inspirar outras empresas a fazer o mesmo.
9	Sugiro a elaboração de um material visual explicativo como um relatório resumindo o que foi trabalhado na reunião com os multiplicadores B que acontecem mensalmente com os pontos principais de como estamos avançando. Esse relatório poderia ser enviado por e-mail. Os eventos duram em média três horas e esse material ajudaria a visualizar e revisar o que tem mudado e o que tem acontecido de novo. Outra sugestão é criar um canal de comunicação aberto e direto entre multiplicadores B e as pessoas que trabalham no Sistema B. Uma grande dificuldade é alinhar os caminhos a serem feitos por cada comunidade pois cada uma está em um momento. Há uma dificuldade de unir visões de todas as pessoas, de gerir cabeças e mundos diferentes.

Tabela 9. Continuação.

10	Desafios de dedicação, engajamentos, novas lideranças e decisões estratégicas são desafios comuns a qualquer iniciativa, principalmente das que tratam desse tema. É um trabalho de formiguinha extremamente importante. Trabalhando constantemente a conscientização e comunicação da urgência de desenvolver os negócios de impacto. Uma sugestão é fazer com que a comunidade B chegue mais junto da academia para alcançar mais pessoas. Esse é um fator multiplicador muito importante para o movimento.
11	Percebo uma dificuldade de fazer uma comunicação clara. Outra dificuldade é a gestão do tempo das pessoas que colaboram com a Comunidade. Uma sugestão é usar da melhor forma possível o tempo que cada um tem disponível. Sabemos que a ação é voluntária e todos tem suas atividades principais. Colaborar mais no <i>offline</i> , de modo assíncrona e buscar alcançar mais engajamento são formas de melhorar a Comunidade. Acredito que é muito importante ter uma liderança forte. Olhar mais o que estamos conseguindo fazer e não o que não estamos conseguindo fazer, essa é outra sugestão de melhoria. Ter um olhar mais positivo sobre o cenário.

Tabela 10. Sugestões para aprimoramento da comunidade B.

Dificuldades e sugestões para aprimoramento da comunidade B	
Manter o nível de engajamento elevado através de um trabalho voluntário	
Para melhorar a comunidade é necessário transferir autonomia para os membros da comunidade	
Material para os membros apresentarem a comunidade e falarem do Sistema B	
Outra melhoria é criar um fluxo financeiro para as ações que se pretende fazer	
As maiores dificuldade são engajamento, manter as múltiplas agendas rodando e manter a energia do grupo alta.	
Melhorias, dividir e explicar o papel de cada um dentro da comunidade, aumentar a frequência dos encontros, aumentar a audiência e melhorar a comunicação.	
Dificuldade pouca disponibilidade de tempo do público empreendedor	
Dificuldade ausência de recursos para ajudar a realização dos eventos.	
Melhoria: criação de uma estratégia mais voltada para atração de novos membros	
Melhoria: constância de encontros.	
Dificuldade de engajar as pessoas	
Facilitar acesso aos relatórios das informações sobre negócios de impacto	
Ter reunião com frequência mensal com participações dos membros da Comunidade B	
Eventos mais inclusivos com <i>lives</i> por exemplo	
Maior dificuldade é o engajamento das pessoas	
O voluntariado é outra dificuldade	
Sugestão para o Sistema B remunerar os líderes que gerem a comunidade B através de apoio financeiro de empresas conscientes	
Dificuldade é questão da quantidade de tempo disponibilizado pelos voluntários	
Sugestão ter mais momentos de aprofundamento da temática de negócios de impacto	
Dificuldade com engajamento	
Sugestão é fazer com que a comunidade B chegue mais junto da academia	
Dificuldade de fazer uma comunicação clara	
Sugestão de melhoria buscar alcançar mais engajamento	

Como aponta Haertel (2019) este processo de pertencimento e prática da cidadania requer duas situações necessárias: identificar-se com objetivos coletivamente gerados e engajar-se concretamente em ações e movimentos com os outros, determinando novos fluxos na sociedade.

Na própria fala dos multiplicadores B é notório a preocupação com o projeto e o cuidado para que o movimento se fortaleça. Todos os entrevistados tiveram a atenção de pensar e identificar pontos de melhorias na comunidade com o objetivo de ajudá-la, poiseles sentem que são parte do movimento.

Ainda mais se tratando de negócios de impacto, uma temática em consolidação que precisa de toda ajuda e engajamento possível para se firmar e se multiplicar alcançando o maior número de pessoas. Através da informação e da educação de líderes conseguiremos reverter o cenário empreendedor Brasileiro atual em que poucos negócios atuam com o foco em promover impacto socioambiental positivo.

Outro ponto que pesa muito contra o sucesso da comunidade B é o voluntariado. O Brasil não tem uma cultura forte de voluntariado, sendo assim, a quantidade de voluntários e o tempo dedicado por eles acaba não sendo suficiente para que todas as ações sejam realizadas com maestria e o projeto alcance todos os resultados almejados.

De acordo com os últimos dados oficiais divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019), em 2019 o trabalho voluntário teve redução de 4% em relação ao mesmo período do ano anterior. Na ocasião, 6,9 milhões de pessoas afirmaram realizar trabalhos voluntários. Isso significa que apenas 4,3% da população brasileira pratica alguma atividade voluntária, mesmo que de maneira individual. Um número bem menor do que o de países como os Estados Unidos, onde pelo menos 20% da população é comprometida oficialmente com este tipo de ação (Neoenergia, 2020).

Nada impede que uma cultura de voluntariado seja desenvolvida dentro da comunidade B. Para isso é necessário que a organização treine seus voluntários, crie sistemas de gestão dos voluntários, desenvolva uma política de voluntariado e cronogramas a serem seguidos com a devida atenção e seriedade.

Declara o IBGE (2019), pesquisa realizada demonstra que o trabalho voluntário no país era realizado de forma consistente. A duração média das atividades era de 6,5 horas por semana e a maior parte dos voluntários, 48,4%, se dedicavam quatro ou mais vezes por semana.

Ou seja, há uma grande possibilidade de gerar um alto engajamento dos voluntários com as iniciativas da Comunidade B tendo em vista que os atuais membros do projeto já têm um enorme apreço pelo movimento B e já doam suas horas com trabalho voluntário. Só não existe uma constância e comprometimento com o voluntariado até mesmo porque não tem quem faça a gestão desses voluntários e das horas doadas.

Ainda dentre as dificuldades observadas pelos interlocutores sobre o desenvolvimento da Comunidade B, foi pontuada que não há uma constância de encontros e reuniões da iniciativa. Essa é uma questão chave que impacta diretamente no engajamento dos membros do projeto. As pessoas precisam ser alimentadas constantemente com a mensagem do impacto positivo nos negócios, precisam sentir que o movimento B faz parte da vida delas e serem atualizadas com frequência regular sobre as novidades do Sistema B para que se mantenham ativas e interessadas na comunidade. Uma sugestão simples é criar um boletim diário ou semanal para aproximar as pessoas do movimento de empresas com propósito através de informativos.

Apresentar consistência é importantíssimo para aumentar o engajamento das pessoas com um projeto. Somos seres de hábitos e quando cultivamos o desenvolvimento de uma atividade específica aquilo se consolida na nossa vida.

Uma questão a ser melhorada é a comunicação entre comunidade B, seus membros e o público-alvo interessado no tema de negócios de impacto positivo. É necessária uma comunicação mais clara e eficaz com um fluxo de informações mais constante para as partes interessadas, contando com a criação e alimentação de canais de comunicação direta.

Outra sugestão interessante é a criação de parcerias com universidades focadas em negócios. Independente da instituição lecionar sobre o mercado de negócios de impacto ou

não. O objetivo é trazer os jovens para o movimento e propor conhecimento teórico aliado ao conhecimento prático.

Um exemplo seria envolver os universitários no estudo e definir os indicadores de impacto socioambiental positivo, fazendo seu monitoramento e definir qual metodologia deve ser adotada. Atividades como essas podem virar projetos de pesquisa colaborando para o fortalecimento da temática através do aumento de publicações acadêmica e científica.

De acordo com a Tabela 11 é possível compreender as principais sugestões de melhorias que o presente trabalho dá as comunidades estratégicas de apoio ao empreendedorismo de impacto.

Tabela 11. Sugestões de melhorias para as comunidades estratégicas de apoio ao empreendedorismo de impacto.

Sugestões para aprimoramento das comunidades estratégicas de apoio ao empreendedorismo de impacto
Colaborar com a informação e educação de líderes
Desenvolver uma cultura de voluntariado
Criar treinamento para voluntários
Utilizar sistemas de gestão de voluntários
Criar cronogramas dos voluntários
Criar um boletim diário ou semanal com informativos sobre a área de negócios de impacto
Desenvolver uma comunicação clara, assertiva e constante com os membros da comunidade
Criar um canal de comunicação direta com os membros da comunidade
Criar parcerias com universidades para trazer jovens para o movimento
Aumentar a frequência dos eventos da comunidade
Medir o impacto causado pela comunidade
Realização de rodadas de negócios
Buscar por financiamento das atividades da comunidade

Logo, aumentar o engajamento, a frequência de eventos, profissionalizar o voluntariado, começar a medir o impacto causado pela iniciativa, investir na informação e educação de líderes através de aprofundamentos nos temas relacionados aos negócios de impacto, melhorar a clareza da comunicação, realização de rodadas de negócios e a busca por financiamento das atividades da Comunidade B através de empresas engajadas com o movimento são as principais sugestões de melhorias que este trabalho dá ao projeto.

Conclusões

O contexto dos negócios de impacto socioambiental positivo do Brasil é de franca expansão. É fato a constância do crescimento desse tipo de empresa que busca aliar propósito e lucro em uma só bandeira. Não faz o menor sentido existir outro tipo de organização que não respeita as pessoas, os animais e todos os recursos naturais diante seu processo produtivo em detrimento do alcance do lucro desenfreado.

A pandemia do novo coronavírus trouxe a luz a questões pouco observadas pela população como por exemplo, “Quais são as contribuições sociais que determinadas organizações das quais consumo produtos e serviços dão a sociedade?”. Um holofote foi ligado em direção as áreas de ESG das empresas e é evidente que os negócios que não

estão colocando essas temáticas no centro das tomadas de decisão irão perder cada vez mais espaço de mercado até deixarem de existir.

Agora é a hora de juntar toda a força disponível em prol dos negócios de impacto. Uma grande ajuda vem por meio das comunidades estratégicas de apoio ao empreendedorismo de impacto que unem todo um ecossistema empreendedor em estado de cooperação somando empresas com propósito, profissionais ligados ao setor de impacto positivo, academia, entidade certificadora, investidores e todos os *stakeholders*.

Contar com esse ecossistema é um diferencial significativo na jornada dos empreendedores de impacto. Muitos estão em busca de quebrar velhos paradigmas dominantes, seguindo no sentido contrário ao status quo e muitas vezes se sentindo sozinhos nessa caminhada por um mundo melhor para as presentes e futuras gerações.

Um dos pontos mais desafiadores para os empreendedores é a definição de indicadores de impacto. Não é para menos, as metodologias que colaboram para definição desses indicadores são recentes e não são padrão para todas as organizações e tipos de impacto. Alguns resultados são mais tangíveis e outros são intangíveis. É importante que os negócios estudem bem as metodologias existentes, definam a teoria da mudança de sua solução para o mercado e definam com atenção os seus indicadores de impacto. Assim também deve ser com a Comunidade B.

É possível concluir que todos os objetivos desse trabalho foram alcançados a partir das pesquisas, entrevistas e da análise dos resultados encontrados. A presente pesquisa analisou a Comunidade B do estado de Pernambuco, verificou como ela funciona e seus pontos de melhoria, analisou como a certificação B ajuda os empreendedores de impacto, identificou o uso de indicadores de impacto positivo pela Comunidade B e sugeriu aprimoramentos.

Como legado esse trabalho deixa uma série de aprimoramentos para serem feitos pela Comunidade B e que servem como base para qualquer ecossistema empreendedor que vise trabalhar com apoio a empresa de impacto positivo.

Um ponto importante a se ressaltar é que o presente trabalho não esgotou a compreensão da temática das comunidades de apoio ao empreendedorismo de impacto. Por se tratar de um fenômeno novo há poucos trabalhos para tomar como referência, sendo assim esse estudo encerra-se com um convite para que mais autores escrevam sobre as comunidades estratégicas de apoio ao empreendedorismo para fortalecer o assunto no meio acadêmico e empresarial.

A escassez de trabalhos sobre a Comunidade B foi um desafio significativo para a elaboração desse trabalho. Não foi encontrado nenhum trabalho que trate expressamente sobre a Comunidade B. Logo, o presente estudo é pioneiro e certamente servirá de embasamento para outros trabalhos serem desenvolvidos e aprofundados. Essa característica da temática revela o grande potencial para ser explorada e desenvolvida através de mais pesquisas científicas.

Conflito de interesses

Os autores declaram não haver conflito de interesses.

Referências

ABCR - Associação Brasileira de Captadores de Recursos. Doações voltam a crescer no Brasil. 2021. Disponível em: <<https://captadores.org.br/2021/03/31/doacoes-voltam-a-crescer-no-brasil-em-marco/>>. Acesso em: 28 maio 2021.

Akatu. Pesquisa Akatu 2018 traça panorama do consumo consciente no Brasil. 2018. Disponível em: <<https://akatu.org.br/pesquisa-akatu-2018-traca-panorama-do-consumo-consciente-no-brasil/>>. Acesso em: 18 maio 2021.

Bezerra, A. C. V. Dos “territórios da saúde” a “saúde dos territórios”: relações entre saúde e ambiente na perspectiva da descentralização do acesso aos serviços de saúde no Estado de Pernambuco. Anais XVI Encontro Nacional dos Geógrafos, Porto Alegre, 2010.

Boni, V.; Quaresma, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em Tese**, v. 2, n. 1, p. 68-80, 2005.

Brandão, D.; Cruz, C.; Arida, A. L. **Métricas em negócios de impacto social**. São Paulo: ICE - Instituto de Cidadania Empresarial; MOVE - Avaliação e estratégia em Desenvolvimento Social, 2013.

Bresolin, A. B.; Soares, R. M.; Silva, R. **A relevância da avaliação para o investimento social privado**. São Paulo: Fundação Itaú Social, Fundação Roberto Marinho, Move, Fundação Santillana, 2012.

Carvalho, J. L. F.; Vergara, S. C. A fenomenologia e a pesquisa dos espaços de serviços. **Revista de Administração de Empresas**, v. 42, n. 3, p. 78-91, 2002. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902002000300008>

Comini, G.; Fidelholc, M.; Rodrigues, J. Empresas B: princípios e desafios do Movimento B Corp. Anais do XVII SemeAd. São Paulo, FEA-USP, 2014. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/17semead/resultado/trabalhosPDF/265.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2020.

Curi, D. P.; Miguel, L. A. P. **A importância dos negócios sociais na geração de valor para a sociedade dentro da ótica de liberdades econômicas**. Fórum Liberdade Econômica, 2017.

Debevoise, N. D. Por que as chamadas “empresas com propósito” estão prosperando durante a crise da Covid-19. **Forbes**, 2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/negocios/2020/05/por-que-as-chamadas-empresas-com-proposito-estao-prosperando-durante-a-crise-da-covid-19/>>. Acesso em: 11 maio 2021.

Delai, I.; Takahashi, S. Uma proposta de modelo de referência para mensuração da sustentabilidade corporativa. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 2, n. 1, p. 19-40, 2008. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v2i1.59>

Fabiani, P.; Rebehy, S.; Camelo, R.; Vicente, F. J.; Mosaner, M. Avaliação de impacto social metodologias e reflexões. Instituto para o desenvolvimento do investimento social. 2018. Disponível em: <https://www.idis.org.br/wp-content/uploads/2018/05/Artigo_Avaliacao_Impacto_Social_06.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2021.

GIFE. Lançamento do novo Censo GIFE e um dos destaques da produção de conhecimento em 2019. 2019. Disponível em: <<https://gife.org.br/lancamento-do-novo-censo-gife-e-um-dos-destaques-da-producao-de-conhecimento-em-2019/>>. Acesso em: 28 maio 2021.

Haertel, D. **Projetos de vida de jovens universitários**: um estudo sobre engajamento social e projeto de vida. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2019. (Tese de doutorado).

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. País tem 7,2 milhões de pessoas que fazem trabalho voluntário. 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticiais/24268-pais-tem-7-2-milhoes-de-pessoas-que-fazem-trabalho-voluntario>>. Acesso em: 08 jul. 2021.

Linhares, H. C. **Análise do desempenho financeiro de investimentos ESG nos países emergentes e desenvolvidos**. Brasília: Universidade de Brasília, 2017.

Martins, G. A. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 2, n. 2, p. 8-18, 2008. <https://doi.org/10.11606/rco.v2i2.34702>

NEOENERGIA. Voluntariado: uma missão para o bem. 2020. Disponível em: <<https://www.neoenergia.com/pt-br/te-interessa/compromisso-social/paginas/voluntariado-uma-missao-para-o-bem.aspx>>. Acesso em: 08 jul. 2021.

Pinto, M. D.; Soares, R. M.; Silva, G. A.; Chianca, T. A experiência da Fundação Roberto Marinho na construção de uma cultura de avaliação. Anais do III Seminário Internacional Avaliação do Investimento Social Privado: Estratégia Organizacional, Rio de Janeiro, 2014.

Prim, M. A.; Campos, J. G. C.; Souza, J. A.; Dandolini, G. A.; Silva, S. S. Negócios de impacto e os objetivos para o desenvolvimento sustentável - ONU 2030: possíveis alinhamentos. **Revista Brasileira de Tecnologias Sociais**, v. 5, n. 2, p. 138-151, 2018. <https://doi.org/10.14210/rbts.v5n2.p138-151>

Rodrigues, H. BIA, a ferramenta estratégica para empresas medirem e relatarem seus impactos. **Forbes**, 2021. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-collab/2021/03/haroldo-rodrigues-a-plataforma-de-avaliacao-de-impacto-b-bia-ferramenta-estrategica-para-empresas-medir-e-relatar-seus-impactos/>>. Acesso em: 02 jul. 2021.

SEBRAE. Total de empresas. 2020. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/totaldeempresas/>>. Acesso em: 28 maio 2021.

Silva, A. P. A. **Mensuração de desempenho socioambiental**: estudo de casos em negócios sociais brasileiros. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2014.

Teixeira, E. B. A análise de dados na pesquisa científica: importância e desafios em estudos organizacionais. **Desenvolvimento em Questão**, v. 1, n. 2, p. 177-201, 2003.

Valente, F. M.; Dantas, J. G. L.; Brito, M. M. **Ecossistemas empreendedores**: estudo de caso. Lisboa: Repositório Comum, 2018. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/27765/1/ECOSSISTEMAS_EMPREENDEDORES_ESTUDO_DE_CASO_vs_final_Com_identificacao.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Vasconcellos, P. M. **Análise das variáveis que influenciam a adesão das empresas a certificação B Corp**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2019. (Dissertação de mestrado).

Voltolini, R. 11 tendências de sustentabilidade empresarial no “outro normal”. São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://onzetendencias.ideiasustentavel.com.br/>>. Acesso em: 09 jun. 2021.



Informação da Licença: Este é um artigo Open Access distribuído sob os termos da Licença Creative Commons Attribution, que permite uso irrestrito, distribuição e reprodução em qualquer meio, desde que a obra original seja devidamente citada.