

PAINEL: NEGÓCIOS DE IMPACTO

# COMO CANALIZAR FORÇAS PARA FINS MAIS INCLUSIVOS E SUSTENTÁVEIS?

ANDRÉ CONTI



Da esq. p/a dir.: Gilberto Ribeiro, da Vox Capital, Julia Maggion, do Sistema B Brasil, Tales Gomes, da Plataforma Saúde, Maure Pessanha, da Artemisia, e Márcio Mussarela, moderador dos painéis



CEG

CONGRESSO  
DE EXCELÊNCIA  
EM GESTÃO

FNQ

FUNDAÇÃO  
NACIONAL DA  
QUALIDADE

EXCELÊNCIA EM GESTÃO

Entre ganhar dinheiro ou mudar o mundo, que tal ficar com os dois? Essa é a proposta das empresas de impacto social, que atuam de forma empreendedora em setores como saúde, educação, financiamento e outros serviços que ajudam a melhorar a vida das pessoas. Artemisia, Plataforma Saúde, Sistema B Brasil e Vox Capital apresentaram seus modelos de negócios no CEG 2015 e mostraram que é possível aliar o aprendizado da organização tradicional com a vontade de mudar do jovem gestor. Ao destacar a preparação das novas gerações para a gestão em seu Planejamento Estratégico 2016-2020, a FNQ espera inspirar as atividades do setor privado sob a perspectiva da nova economia.

Na sequência do **Congresso FNQ de Excelência em Gestão**, o mediador **Márcio Mussarela**, diretor da Harvard Business Review Brasil - TV HBR Brasil e da Comunicador Corporativo, conduziu uma enquete eletrônica com o público presente a partir de questões baseadas nos Critérios de Excelência em Gestão da Fundação e definidoras de um novo capitalismo — tema principal do evento.

Na apuração dos votos, os presentes traçaram o perfil das empresas do futuro como “de médio porte, do setor privado e com foco na sustentabilidade — até mesmo antes da preocupação com o *market share* e o lucro”. O investimento em inovação e desenvolvimento de produtos, segundo os votantes, precisa considerar a finitude dos recursos naturais. As organizações 2020 necessitam ainda: buscar uma relação transparente e ética com seus clientes; tornar públicas suas externalidades positivas e negativas na relação com a sociedade; criar espaços internos para o debate da ética de forma transversal; tomar decisões estratégicas que privilegiem o bem coletivo; desenvolver inovações para substituir ou reduzir os recursos naturais nos processos. Por fim, a maioria considerou que as empresas, hoje, não investem de forma suficiente na disseminação da sustentabilidade no relacionamento com as partes interessadas. Mudar esse cenário foi um dos objetivos do CEG 2015.







A ideia é que o negócio de impacto social seja rentável, possa ser reproduzido em escala e com eficiência, receba recursos de investidores e beneficie milhares de pessoas — não só uma comunidade reduzida.

#### ARTEMISIA: ACELERADORA DE STARTUPS

A primeira palestra do painel foi realizada por **Maure Pessanha**, diretora-executiva da Artemisia, uma organização sem fins lucrativos voltada à disseminação e fomento de negócios de impacto social no Brasil, por meio da capacitação e potencialização de talentos e empreendedores. Embora essa frente de negócios seja relativamente nova, a Artemisia trabalha há dez anos com o modelo. Segundo Maure, antes de empreender, é preciso entender a pobreza em sua dimensão multidimensional, não apenas relacionada à renda, mas também à falta de acesso a direitos básicos e serviços públicos de qualidade. “Nossa motivação é gerar negócios focados nas necessidades das classes C, D e E, que representam 85% da nossa população e 47% do PIB brasileiro. Metade dessas pessoas mora em habitações inadequadas e apenas 50% dos jovens dessas faixas concluem o ensino médio. Como construir um país e criar oportunidades de desenvolvimento humano a partir desses dados direcionam a nossa atuação”, resumiu a palestrante.

A Artemisia é uma aceleradora de startups ou negócios iniciais do setor privado, que tenham propósito social, nos setores de educação, saúde, habitação e serviços financeiros. A ideia é que o negócio seja rentável, possa ser reproduzido em escala e com eficiência, receba recursos de investidores e beneficie milhares de pessoas — não só uma comunidade reduzida. Nos últimos quatro anos, a Artemisia conseguiu acelerar 59 empresas, conectar R\$ 32 milhões em investimento e impactar diretamente 13 milhões de pessoas nos setores-chave. A organização também atua com jovens estudantes que querem empreender nessas áreas.

**SISTEMA B: CERTIFICAÇÃO DO VALOR SOCIAL**

O Sistema B é uma organização internacional sem fins lucrativos que certifica empresas com boas práticas socioambientais, fortalecendo as chamadas Empresas B, ou seja, capazes de gerar valor para a sociedade. Para falar dessa iniciativa, a diretora-executiva do Sistema B Brasil, **Julia Maggion**, iniciou sua palestra questionando o significado de “sucesso” nas empresas tradicionais. “Até hoje isso tem sido entendido como o lucro dos acionistas, mas, como vimos hoje na enquete com o público do Congresso, o lucro sem a sustentabilidade não faz mais sentido”, disse ela, acrescentando que há uma evolução evidente no modelo de organização das empresas.

Nos últimos anos, surgiram várias certificações relacionadas a produtos, processos e qualidade, “que certamente contribuíram para a melhoria das organizações”. Mas, no século 21, prosseguiu a diretora, não estamos mais falando da *shareholder corporation*, e sim da *stakeholder corporation* — ou seja, de como, através dos negócios, é possível gerar valor para toda a cadeia e todos os públicos de interesse da empresa.

“Isso está muito relacionado à tomada de decisão dentro da organização. Nos próximos 20 anos, queremos ver não apenas bons produtos e serviços, mas também boas empresas. A maioria das organizações certificadas no Sistema B são pequenas e médias, mas as grandes também têm interesse. Temos desde empresas certificadas com um funcionário até a Natura, que é uma grande companhia de capital aberto”, exemplificou Julia.

Hoje, há 47 empresas com Certificação B no Brasil. “Além de possuírem práticas de transparência e de boa gestão, elas se reúnem em torno de uma comunidade muito forte, que se monitora, se apoia e faz trocas comerciais, unidas pelo grande propósito de usar a força do negócio para promover o bem. Em síntese, a própria certificação consolida o caminho de desenvolvimento da empresa”, concluiu.



No século 21, não falamos mais da *shareholder corporation*, e sim da *stakeholder corporation* — ou seja, de como, através dos negócios, é possível gerar valor para toda a cadeia e todos os públicos de interesse da organização.

# A Plataforma Saúde foi concebida com a colaboração de médicos, gestores e outros especialistas na área voltados à prestação de serviços a comunidades de baixa renda.

## PLATAFORMA SAÚDE ATUA NA PREVENÇÃO

**Tales Gomes**, cofundador e diretor da Plataforma Saúde, apresentou a sua empresa social, criada há pouco mais de um ano no Rio de Janeiro. A organização presta serviços de saúde, utilizando tecnologias móveis, para comunidades com pouco ou nenhum acesso aos serviços básicos do setor.

O principal serviço da empresa consiste em realizar um conjunto de exames, com baixo custo para os usuários, que identifica o grau de risco de Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT) — como diabetes, distúrbios de pressão e cardíacos, responsáveis por 7 em cada 10 mortes no Brasil. “Acontece que 80% dos casos poderiam ser evitados com a mudança no estilo de vida e o diagnóstico precoce”, salientou Gomes,

informando, ainda, que as DCNT são um problema global, com grandes impactos financeiros sobre os sistemas de saúde.

A iniciativa tomou forma após o diretor conversar com moradores do Morro da Providência, durante um evento no Rio, sobre as diversas carências da comunidade. “Um fato que me surpreendeu foi ver um amputado da minha idade por conta de uma diabetes tipo 2. Passei a me questionar o que poderia fazer, a partir da minha breve experiência em tecnologia e startups, e como conseguiria aplicar essa habilidade para melhorar a vida dessas pessoas”, contou o empreendedor em sua palestra.

Como resultado dessa reflexão, a Plataforma Saúde começou a ser planejada. “Pensamos, então, em produzir um kit de equipamentos de diagnóstico que reduzisse o tempo de atendimento. Com o material pronto, disponibilizamos profissionais de enfermagem (até o limite de suas funções), para fornecer aos usuários informações sobre seu corpo e estado de saúde, a fim de iniciar a mudança no estilo de vida.”

O resultado de exames de glicemia, gordura, pressão arterial, entre outros, é entregue ao usuário ao final do processo, em torno de apenas 20 minutos. É impresso em um sistema de cores de trânsito, ou seja, em uma linguagem universal que facilita o entendimento das informações até por pessoas analfabetas. Além disso, o usuário recebe login e senha para ter acesso aos resultados online sempre que precisar.

Com a missão de democratizar o acesso à saúde, o empreendimento foi concebido com a colaboração de médicos, gestores e especialistas na área voltados a comunidades de baixa renda. A Plataforma Saúde foi eleita pelo BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) como a empresa social mais criativa na América latina, em 2014, entre outros reconhecimentos recebidos.





Este novo modelo de negócios não precisa, necessariamente, de investimentos milionários, mas do investimento certo. Com executivos cada vez mais jovens, a maioria dos empreendimentos começa pequena e cresce com o apoio dos investidores.

FOTOS: ANDRÉ CONTI



#### VOX CAPITAL ENTRA COM O DINHEIRO

A Vox Capital surgiu da mesma inspiração que move as empresas sociais: “a de tentar transformar o mundo em um lugar mais justo e igualitário”, como pontuou **Gilberto Ribeiro**, sócio da empresa, em sua palestra no Congresso da FNQ. Ele ressaltou que não se trata de um negócio assistencial, e sim de um novo *mindset* (um novo modelo mental ou nova forma de fazer negócios). Ou seja, empresas de impacto social têm em sua missão ou razão de ser a intenção de melhorar a vida das pessoas. “Essa deveria ser, na verdade, a função de qualquer organização”, afirmou Ribeiro.

Desde 2009, a Vox atua como empresa de capital empreendedor, investindo em negócios dirigidos às classes C, D e E. Os empreendimentos precisam

causar impacto social positivo, ser escaláveis, entregar soluções abrangentes e acessíveis, atender às necessidades com qualidade e possuir potencial de retorno financeiro. A Vox faz isso oferecendo capital e apoio à gestão de empresas nascentes, inovadoras, com alto potencial de crescimento e que podem ajudar a melhorar a vida de milhões de brasileiros.

Ribeiro destacou, em sua fala, que a organização investe em oportunidades de negócio, com foco em serviços básicos como saúde, educação, habitação e acesso a finanças. “Junto com outras empresas de impacto social, estamos construindo um ecossistema de negócios que contribui para mudar a vida das pessoas”, resumiu o sócio da Vox Capital.

## INOVAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO

Ao abrir o debate à participação do público, o mediador **Márcio Mussarela** sintetizou a primeira parte do painel, lembrando que o Brasil possui um grande potencial de empreendedorismo, apesar do contexto de crise. **Julia Maggion**, do Sistema B Brasil, concordou que há um ambiente empreendedor relacionado à inovação social. “Há muitas empresas sendo constituídas com seu *core business* trazendo soluções ao problema socioambiental, mas não diria que é a maioria. É um cenário emergente e em crescimento.”

**Gilberto Ribeiro**, da Vox Capital, emendou dizendo que a geração mais jovem parece ter uma vocação para o empreendedorismo social e vê nesse setor uma alternativa real de carreira. “Há uma ressignificação do trabalho. Independentemente da direção do negócio, existe um foco voltado a um ambiente empreendedor com mais propósito”, argumentou.

**Maure Pessanha**, da Artemisia, mostrou-se surpreendida com a qualidade de formação dos novos empreendedores. “Eles poderiam fazer várias outras coisas, mas estão imbuídos de propósito e apostando suas fichas em criar algo que traga valor à sociedade.”

**Tales Gomes**, da Plataforma Saúde, reforçou que há uma tendência de crescimento nos negócios sociais e credita essa força do mercado à rede de parcerias que se organiza em volta de cada empreendimento. “O próprio formato de rede facilita a distinção entre as iniciativas genuínas de impacto social daquelas que apenas ‘pegam carona’ no movimento para obter sucesso financeiro.” Para ter sucesso no empreendedorismo social, Tales recomenda visão, coragem e competência. “É preciso construir uma equipe forte, ter coragem de seguir a proposta — até para mudar o modelo de negócio, se for o caso — e, finalmente, aprimorar a competência a fim de executar os planos.”

Algumas empresas de impacto social se relacionam direta ou indiretamente com os governos, exatamente por atuarem em setores tradicionalmente atendidos pelo Estado. Assim, elas podem ser competidoras, fornecedoras ou complementares aos serviços públicos. Em alguns casos, o governo é um *stakeholder* capaz de conferir maior escala aos negócios. Segundo Julia, o mercado de impacto social é amplo e abrange praticamente todos os setores convencionais. “A lógica do modelo de negócios é que muda. Até as grandes corporações estão procurando se reinventar, inclusive criando novas frentes dentro da organização com essa orientação ou trazendo as iniciativas para a cadeia de valor. Os jovens assimilam o modelo de forma mais natural e as grandes organizações e suas lideranças já perceberam isso na gestão de retenção de talentos”, finalizou.



Algumas empresas de impacto social se relacionam direta ou indiretamente com os governos, por atuarem em setores tradicionalmente atendidos pelo Estado. Assim, elas podem ser competidoras, fornecedoras ou complementares aos serviços públicos.