



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

BRUNA SCANAVACHI LOURENÇO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**O espaço social dos “Negócios de Impacto” no Brasil: O
caso Artemisia**

Apoio: CAPES

SÃO CARLOS

2018



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

BRUNA SCANAVACHI LOURENÇO

O espaço social dos “Negócios de Impacto” no Brasil: O caso Artemisia

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção.

Linha de pesquisa: Instituições, Organizações e Trabalho

Orientador: Luiz Fernando de Oriani e Paulillo

Co-orientador: Prof. Dr. Júlio Cesar Donadone

SÃO CARLOS

2018




UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia
Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção

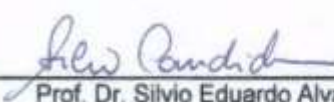
Folha de Aprovação

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Dissertação de Mestrado da candidata Bruna Scanavachi Lourenço, realizada em 23/02/2018:




Prof. Dr. Luiz Fernando de Oriani e Paulillo
UFSCar

Prof. Dr. Julio Cesar Donadone
UFSCar



Prof. Dr. Silvio Eduardo Alvarez Candido
UFSCar



Prof. Dr. Martin Mundo Neto
FATEC

Certifico que a defesa realizou-se com a participação à distância do(s) membro(s) Julio Cesar Donadone e, depois das arguições e deliberações realizadas, o(s) participante(s) à distância está(ao) de acordo com o conteúdo do parecer da banca examinadora redigido neste relatório de defesa.



Prof. Dr. Luiz Fernando de Oriani e Paulillo

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, companheira de tantas caminhadas, base para todas as minhas conquistas. À minha família, que apoia e incentiva meus passos. Aos amigos sempre presentes, em especial ao Guilherme, pelo apoio desde as primeiras vindas a UFSCar, à Dayane, amiga da vida toda, ao Bruno e ao Chris, pelas alegrias do dia a dia vivido em São Carlos. Ao grupo de pesquisa NESEFi, essencial para o meu encontro com a Sociologia Econômica, em especial aos queridos amigos Felipe, Fernanda e Carol. Ao professor Julio, orientador com quem tive a sorte de trabalhar. Aos professores Martin e Silvio pelas ricas discussões compartilhadas. Ao apoio institucional da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal e Nível Superior (CAPES).

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi entender o que é Negócio Social a partir da organização Artemisia, e para isso, a organização especializada em negócios de impacto e os agentes a sua volta formam o objeto da pesquisa. O novo modelo de negócio que permeia as esferas do mundo social e do mundo dos negócios tradicionais em busca de soluções para problemas da sociedade, o chamado Negócio Social ou Negócio de Impacto, é um novo tipo de organização que não se encaixa na categoria de organizações tradicionais, que visam única e exclusivamente à maximização dos lucros, assim como também não se trata de uma organização sem fins lucrativos. Este trabalho busca contribuir para o entendimento do que é um Negócio Social através de uma perspectiva sociológica, partindo da premissa de que esse novo modelo organizacional surgiu da interação de agentes vindos de espaços diversos, que influenciam e foram influenciados pelas estruturas sociais do seu espaço de origem. Com inspiração na ideia de que os universos sociais são construídos por estruturas mais profundas, muitas vezes até invisíveis à primeira vista, a noção de espaço social de Bourdieu (1996) foi base para o entendimento de que ao transformar o modelo de negócio, a proposta do Negócio Social também altera, ao menos em teoria, a lógica de mercado do mundo econômico onde está inserida. Entender como o espaço social é formado, quem são e como estão posicionados os agentes em relação ao sistema econômico é o ponto de partida do esforço para se entender o novo modelo organizacional. Além de compreender o funcionamento da organização Artemisia, foi realizado um esboço do espaço social formado ao seu redor. Assumindo que a estrutura social cria espaços de poder e que a posição dos agentes nessa estrutura é diretamente relacionada com a distribuição dos diferentes tipos de capital (BOURDIEU, 1996), os agentes do espaço considerado foram identificados e seus capitais econômicos e culturais foram analisados. A constituição do espaço social acerca da Artemisia revelou que apesar do novo modelo organizacional integrar lógicas de espaços distintos, poucos agentes vindos de espaços com predomínio da lógica de impacto social foram encontrados, além da presença de herdeiros e outros agentes com capitais adquiridos no espaço dos negócios tradicionais. A análise das organizações que atuam como intermediárias no

espaço revelou que elas não concorrem entre si, pois apesar de que intuitivamente pudessem ser consideradas concorrentes já que apresentam propostas e serviços similares para o mesmo público alvo, elas atuam como parceiras e possuem diversos agentes em comum em sua estrutura. A análise das organizações que possuem conexões com a Artemisia também revelou que apesar de ainda não consolidada, é possível observar uma estratégia de articulação de investimentos do setor público em andamento.

Palavras-chave: Negócio Social, Negócio de Impacto, Sociologia Econômica, Artemisia.

ABSTRACT

The aim of this work was to understand what is Social Business from the organization Artemisia and for this the organization specialized in impact businesses and the agents around it was the object of the paper. The new business model that permeates the spheres of the social world and the traditional business world in search of solutions to societal problems, the so-called Social Business or Impact Business, is a new type of organization that does not fit into the category of organizations which are solely and exclusively aimed at maximizing profits, just as it is not a non-profit organization. This work seeks to contribute to the understanding of what is a Social Business from a sociological perspective, starting from the premise that this new organizational model starts from the interaction of agents coming from diverse spaces, that influence and were influenced by the social structures of space in that emerged. Based on the idea that the social universes are constructed by deeper structures, often invisible at first sight, Bourdieu's notion of social space (1996) was the basis for the understanding that in transforming the business model, the proposal of the Social Business also alters, at least in theory, the market logic of the economic world where it is inserted. Understanding how the social space is formed, who are and how the agents are positioned in relation to the economic system is the starting point of the effort to understand the new organizational model. In addition to understanding the functioning of the Artemisia organization, an outline of the social space formed around it was made. Assuming that the social structure creates spaces of power and that the position of the agents in this structure is directly related to the distribution of the different types of capital (BOURDIEU, 1996), the agents of the space considered were identified and their economic and cultural capitals were analyzed. The constitution of the social space about Artemisia revealed that although the new organizational model integrates logics of distinct spaces, few agents from spaces with a predominance of social impact logic were found, besides the presence of heirs and other agents with capital acquired in the space of traditional businesses. The analysis of organizations that act as intermediaries in space revealed that they do not compete with each other, because although they could intuitively be considered as competitors since they

present similar proposals and services to the same target public, they act as partners and have several agents in common in its structure. The analysis of the organizations that have connections with Artemisia also revealed that although not yet consolidated, it is possible to observe a strategy of articulation of investments of the public sector in progress.

Keywords: Social Business, Business Impact, Economic Sociology, Artemisia.

SUMÁRIO

SUMÁRIO.....	9
LISTA DE FIGURAS.....	10
LISTA DE QUADROS.....	11
LISTA DE SIGLAS.....	14
Capítulo 1. Introdução.....	15
1.1 Objetivos	17
1.2 Metodologia e ferramental teórico.....	17
Capítulo 2. Negócio Social.....	21
2.1 Um conceito ainda em desenvolvimento.....	29
2.2 Negócios Sociais e sua representação na mídia brasileira	39
2.3 Investimentos de Impacto.....	51
Capítulo 3. O caso Artemisia	61
3.1 Investidores	64
3.2 Aceleradora	70
3.2.1 Equipe Artemisia.....	70
3.2.2 Mentores Artemisia	76
3.3 Empresas aceleradas	82
Capítulo 4. A Artemisia e o espaço social.....	101
4.1 Intermediários.....	102
4.2 Produtores de conhecimento.....	115
4.3 Estrutura social do espaço acerca da Artemisia	118
Capítulo 5. Discussões e Conclusões.....	127
Referências	133
APÊNDICE 1 – Revisão sistemática	137
APÊNDICE 2 – Análise de conteúdo.....	142
APÊNDICE 3 – Intermediários e Produtores de Conhecimento.....	150
APÊNDICE 4 – Aceleradora.....	158
APÊNDICE 5 – Empresas Aceleradas	178
APÊNDICE 6 – Espaço social de negócios de impacto.....	213

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Níveis de análise da estrutura social da Artemisia	20
Figura 2: Modelos de negócios que geram benefícios sociais de acordo com o PNUD	23
Figura 3: Modelos de negócios propostos por Yunus	24
Figura 4: Posicionamento do modelo de negócios criado por Yunus	26
Figura 5: Etapas do processo de revisão sistemática	31
Figura 6: Gráfico do número de artigos publicados por ano	34
Figura 7: Gráfico das publicações por ano da Folha de S.Paulo com os termos “negócio social” e “empresa social”	43
Figura 8: Definição de Finanças Sociais proposta pela FTFS	54
Figura 9: Meta para 2020 de recursos para investimento por meio de mecanismos de Finanças Sociais	59
Figura 10: Níveis de análise dos investidores Artemisia	65
Figura 11: Níveis de análise da aceleradora Artemisia	70
Figura 12: Gráfico das áreas de atuação das empresas aceleradas segundo as categorias criadas pela Artemisia	84
Figura 13: Distribuição geográfica das empresas aceleradas por estado	85
Figura 14: Natureza jurídica das empresas aceleradas	88
Figura 15: Gráfico das áreas de atuação das empresas aceleradas segundo a CNAE	91
Figura 16: Idade das empresas aceleradas pela Artemisia	95
Figura 17: Somatória do investimento inicial das empresas de cada empresário	100
Figura 18: Dinâmica de atuação dos Intermediários	103
Figura 19: Gráfico do formato jurídico dos intermediários	108
Figura 20: Esboço do espaço social acerca da Artemisia	119
Figura 21: Organizações que ocupam mais de uma posição no espaço	121
Figura 22: Grafo 1 das organizações com o maior número de agentes que ocupam mais de uma posição no espaço	124
Figura 23: Grafo 2 das organizações com o maior número de agentes que ocupam mais de uma posição no espaço	125
Figura 24: Grafo 1 dos indivíduos com o maior número de conexões no espaço	126
Figura 25: Grafo 2 dos indivíduos com o maior número de conexões no espaço	126

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Antiga noção sobre os setores Público, Privado e o Terceiro Setor	22
Quadro 2: Categorias e subcategorias para análise do conceito de Negócio Social na revisão sistemática	35
Quadro 3: Exemplos empíricos de Negócios Sociais presentes na revisão sistemática	36
Quadro 4: Ranking dos autores mais citados na revisão sistemática	38
Quadro 5: Dados coletados na análise de conteúdo	42
Quadro 6: Caderno das publicações do termo "empresa social"	44
Quadro 7: Caderno das publicações do termo "negócio social"	44
Quadro 8: Autores com mais de uma publicação na análise de conteúdo	45
Quadro 9: Assunto principal das reportagens na análise de conteúdo	46
Quadro 10: Tipo e frequência das imagens contidas das matérias	47
Quadro 11: Agentes mais citados na análise de conteúdo.....	49
Quadro 12: Recomendações prioritárias da Força Tarefa de Finanças Sociais	55
Quadro 13: Fontes de recursos para as Finanças Sociais no Brasil de segundo a FTFS	57
Quadro 14: Portfolio dos Investidores Artemisia	65
Quadro 15: Cruzamento do portfolio da Artemisia e dos Investidores.....	67
Quadro 16: Número de empresas aceleradas que fazem parte do portfolio dos Investidores	69
Quadro 17: Categorização de trajetórias profissionais	71
Quadro 18: Tipo de trajetória da equipe Artemisia	72
Quadro 19: Tempo de carreira da equipe Artemisia.....	73
Quadro 20: Instituições de ensino superior cursadas pela equipe Artemisia	74
Quadro 21: Área de formação acadêmica da equipe Artemisia	75
Quadro 22: Tempo de carreira da rede de mentores Artemisia.....	76
Quadro 23: Instituições de ensino superior cursadas pelos mentores Artemisia	78
Quadro 24: Área de formação acadêmica da rede de mentores Artemisia	80
Quadro 25: Coleta de dados das empresas aceleradas pela Artemisia	83
Quadro 26: Distribuição geográfica das empresas aceleradas	86
Quadro 27: Natureza jurídica das empresas aceleradas.....	87
Quadro 28: Principal atividade econômica das empresas aceleradas.....	89
Quadro 29: Áreas de atuação das empresas aceleradas segundo as categorias do CNAE	91
Quadro 30: Investimento inicial das empresas aceleradas	92

Quadro 31: Data de abertura das empresas aceleradas.....	94
Quadro 32: Número de sócios de cada empresa acelerada pela Artemisia	96
Quadro 33: Coleta de dados dos empresários acelerados pela Artemisia	98
Quadro 34: Dados sobre os empresários acelerados pela Artemisia	99
Quadro 35: Categorias de classificação dos agentes no esboço do espaço	101
Quadro 36: Intermediários do espaço de Negócios de Impacto	103
Quadro 37: Serviços oferecidos pelos Intermediários	107
Quadro 38: Modelo de receita dos Intermediários.....	109
Quadro 39: Características dos serviços oferecidos pelos Intermediários.....	110
Quadro 40: Definição dos Intermediários para o Negócio de Impacto.....	111
Quadro 41: Empresas que se repetem no portfolio dos Intermediários	113
Quadro 42: Empresas presentes em mais de um portfolio dos investidores	114
Quadro 43: Produtores de conhecimento.....	116
Quadro 44: Cursos dentro da temática de Negócios de Impacto	117
Quadro 45: Referência bibliográfica dos artigos incluídos na revisão sistemática.....	137
Quadro 46: Frequência das palavras-chave dos artigos	139
Quadro 47: Relação entre as características encontradas em cada artigo na definição do conceito com as categorias de análise.....	140
Quadro 48: Referências com maior número de citações nos artigos	141
Quadro 49: Termos utilizados para avaliação do viés da notícia na análise de conteúdo	142
Quadro 50: Agentes citados nas reportagens analisadas	144
Quadro 51: Formato jurídico, autodenominação e modelo receita dos Intermediários	150
Quadro 52: Datas de fundação e do início das iniciativas em Negócios de Impacto dos Intermediários.....	152
Quadro 53: Portfolio dos Intermediários.....	153
Quadro 54: Exemplo da coleta de dados da estrutura organizacional dos Intermediários.....	157
Quadro 55: Exemplo da coleta de dados da estrutura organizacional dos Produtores de Conhecimento.....	157
Quadro 56: Estrutura organizacional da equipe interna Artemisia.....	158
Quadro 57: Formação Acadêmica da equipe Artemisia	159
Quadro 58: Trajetória profissional da Equipe Artemisia	161
Quadro 59: Trajetória profissional dos mentores Artemisia	163
Quadro 60: Formação Acadêmica dos mentores Artemisia	173
Quadro 61: Empresas aceleradas pela Artemisia	178

Quadro 62: Estrutura organizacional das empresas aceleradas pela Artemisia	181
Quadro 63: Dados coletados das empresas aceleradas pela Artemisia.....	186
Quadro 64: Dados coletados dos empresários acelerados pela Artemisia.....	206
Quadro 65: Estrutura organizacional da Artemisia, Intermediários e Produtores de Conhecimento.....	213

LISTA DE SIGLAS

ANDE	Aspen Network of Development Entrepreneurs
Anprotec	Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIIMP	Fundações e Institutos de Impacto
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
FMIEE	Fundos Mútuos de Investimento em Empresas Emergentes
FTFS	Força Tarefa de Finanças Sociais
FUMIN	Fundo Multilateral de Investimentos
Gife	Grupo de Institutos, Fundações e Empresas
GIIN	Global Impact Investment Network
ICE	Instituto de Cidadania Empresarial
ITCG	Incubadora Tecnológica de Empreendimentos Criativos e Inovadores
ONG	Organização Sem Fins Lucrativos
ONU	Organização das Nações Unidas
OSCIP	Organização da Sociedade Civil
PF	Pessoa Física
PIB	Produto Interno Bruto
PJ	Pessoa Jurídica
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PUC	Pontifícia Universidade Católica
RSC	Responsabilidade Social Corporativa
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
USP	Universidade de São Paulo

Capítulo 1. Introdução

Na busca por impactos sociais, a interação entre governo, empresas, organizações não governamentais, cooperativas e mercado informal está cada vez mais consolidada (PRAHALAD, 2006). Neste contexto, surge um novo modelo organizacional, o Negócio Social, que permeia as esferas do mundo social e do mundo dos negócios em busca de soluções para problemas da sociedade. Dentre as principais perspectivas a respeito do tema, argumenta-se que o Negócio Social é um novo tipo de organização que não se encaixa na categoria de organizações tradicionais, que visam única e exclusivamente à maximização dos lucros, assim como também não se trata de uma organização sem fins lucrativos (YUNUS, 2010). O novo modelo ainda não tem suas fronteiras bem definidas, principalmente quando se aproxima de conceitos igualmente recentes como Empreendedorismo Social e Responsabilidade Social Corporativa, assim como termos recentes como Negócio Inclusivo, Empresa Social, Setor 2.5, Empresa B e Empresa Híbrida, todos relacionados a organizações que envolvem lucro ao mesmo tempo que carregam certa preocupação socioambiental. Um novo formato de negócios que não tem como objetivo final a maximização dos lucros, mas que ao mesmo tempo, não exclui a existência dos mesmos em seu mecanismo, pode ser visto como uma inovação no campo das organizações, já que soluções para problemas sociais e lucros eram até então pontos concorrentes, como uma verdadeira bifurcação que delimitava os modelos de negócio de empresas privadas ou de ações sociais, e a junção destes dois conceitos cria uma nova perspectiva organizacional.

A produção literária a cerca do tema é recente e em se tratando de uma nova categoria de negócios, o modelo e todas as suas potencialidades ainda não foram cobertos por grande parte da pesquisa científica no campo das organizações, o que vem encorajando pesquisadores de diversas linhas de pesquisa a observar essa inovação através de diferentes óticas do conhecimento. Ao se aplicar estratégias empresariais na busca de soluções para problemas sociais, o mercado é ampliado e recebe novas classes de consumidores, colaboradores e empreendedores.

O rompimento de rotinas estabelecidas cria novas oportunidades ao reunir recursos previamente desconectados para um novo propósito econômico (GRANOVETTER, 2005), e assim parece ser o caso de investimentos de diferentes esferas se aproximando de Impacto Social. A influência da estrutura social na economia é um tema vastamente abordado na Sociologia Econômica. Granovetter (2005) defende essa teoria por meio de quatro princípios fundamentais: 1) Quanto mais densas forem as conexões entre os indivíduos, maior é o fluxo de ideias, influências e informações, contribuindo para o fortalecimento de ideias compartilhadas sobre quais comportamentos são aceitos ou não; 2) Novas informações e são mais eficientemente difundidas através de laços fracos, ou seja, pessoas com conexões próximas tendem a ficar no mesmo círculo social, limitando o fluxo de informações que tende a aumentar com fontes de informações diferentes, vindas de outras conexões; 3) Mais importante que a qualidade das conexões, é a forma como os diferentes indivíduos estão interligados, podendo criar vantagens estratégicas com múltiplas ligações, criando os chamados "furos estruturais" na rede que dinamizam o fluxo de informações e recursos; 4) A ação econômica está vinculada ou depende de ações ou instituições que são consideradas não econômicas, o chamado "*embeddedness* social" da economia ou imersão do comportamento econômico. Uma vez considerada a assimetria de informações na divisão de processos ditos econômicos ou sociais, o fluxo de informações se torna uma ferramenta complexa, enraizada em relações sociais, tornando essenciais as conexões pessoais nas relações de confiança tanto para fonte de informações, como para a dinâmica de processos ditos econômicos em espaços sociais.

Ao acreditar que falte sentido às explicações de uma transformação econômica através somente de análises econômicas, sem considerar a complexa integração entre os fenômenos ditos sociais e econômicos, este trabalho busca contribuir para a investigação do Negócio Social brasileiro através de uma perspectiva sociológica, partindo da premissa de que esse novo modelo organizacional surgiu da interação de agentes vindos de espaços diversos, que influenciam e foram influenciados pelas estruturas sociais do seu espaço de origem. Se a lógica da transformação das práticas toma formas diferentes segundo as situações econômicas e sociais nas quais ela se realiza

(BOURIDEU, 1979), a análise da estrutura social é um valioso instrumento para a análise das transformações no espaço. A hipótese da formação de um novo espaço social sugere uma rede de vínculos sociais e econômicos que dão ao grupo sua unidade, demandando uma investigação dessa estrutura. Analisar a estrutura social do espaço se faz valer visto que as condições econômicas dos agentes estão diretamente ligadas às suas disposições econômicas. Entender como o espaço social é formado, quem são e como estão posicionados os agentes em relação ao sistema econômico é o ponto de partida do esforço para se entender o novo modelo organizacional.

1.1 Objetivos

O objetivo deste trabalho é entender o que é Negócio Social no Brasil a partir da organização Artemisia. Tal organização foi escolhida para um estudo de caso e os seguintes objetivos específicos foram traçados:

- A) Compreender o funcionamento da organização Artemisia.
- B) Esboçar o espaço social formado ao seu redor.
- C) Analisar a relação entre o capital, cultural e econômico, de cada agente e sua posição no espaço identificado.

1.2 Metodologia e ferramental teórico

A ideia de que os universos sociais são construídos por estruturas mais profundas, muitas vezes até invisíveis a primeira vista, faz da pesquisa um trabalho instigante e desafiador, e ao contrário da passividade empirista que reforça o senso comum, a construção de um objeto de pesquisa exige uma postura ativa e sistemática que cria um sistema coerente de relações (BOURDIEU, 1989). O Negócio Social supõe uma nova relação entre o empresário e a sociedade, tornando imperativo saber quem são esses agentes e como se distribuem na composição do novo espaço. A forma de pensar o objeto da pesquisa priorizou em todo momento uma posição reflexiva, buscando fazer com que a metodologia e as decisões teóricas caminhassem juntas e se retroalimentassem no decorrer da pesquisa. Dessa forma, os problemas a serem resolvidos e as soluções encontradas serão descritas de forma resumida a seguir.

Construção do objeto. A construção do objeto de pesquisa teve inspiração na noção de espaço social de Bourdieu (1996) ao entender a sociedade como uma representação de espaços sociais, que são conjuntos de posições onde os indivíduos são distribuídos em função de seus capitais - variáveis sociais, econômicas, culturais e políticas que agem como princípios de diferenciação em cada universo social. Com essa lente teórica, se entendeu que ao transformar o modelo de negócio, a proposta do Negócio Social também altera, ao menos em teoria, a lógica de mercado do mundo econômico onde está inserida. A interação de mundos e lógicas tão diferentes desafia o racionalismo econômico ao tentar integrar a perspectiva social e a busca pela maximização dos lucros, trazendo a hipótese de que um novo espaço social está se formando na gênese destas transformações. Considerando o tempo limitado da pesquisa, que inviabilizaria a análise do espaço social como um todo, se optou pelo estudo de caso de um agente que pudesse nos mostrar o que é uma organização caracterizada como Negócio Social no Brasil, ao mesmo tempo em que tivesse conexões suficientes para contextualizar sua posição no espaço. O agente escolhido foi a Artemisia, uma associação civil sem fins lucrativos especializada em Negócios de Impacto Social que atua no Brasil desde 2004, e que no último ano articulou mais de 15 milhões de reais em investimentos. A Artemisia e as organizações a sua volta constituem o objeto de análise desta pesquisa como uma amostra dos agentes que atuam na formação do espaço social. A partir deste estudo de caso, espera-se que o estudo prossiga para a construção do espaço social como um todo.

Análise do objeto de pesquisa. A fim de analisar a organização Artemisia e o contexto em que ela está inserida, a influência da estrutura social na economia foi base para esta análise. Partindo do princípio de que a estrutura social cria espaços de poder e que a posição dos agentes nessa estrutura é diretamente relacionada com a distribuição dos diferentes tipos de capital (BOURDIEU, 1996), o primeiro passo da análise foi a identificação dos agentes do espaço considerado, e posteriormente, para cada indivíduo, a investigação do seu capital cultural e econômico. Os agentes foram identificados por meio da estrutura organizacional da Artemisia e demais organizações. E, para cada indivíduo, o capital cultural foi analisado através da trajetória acadêmica,

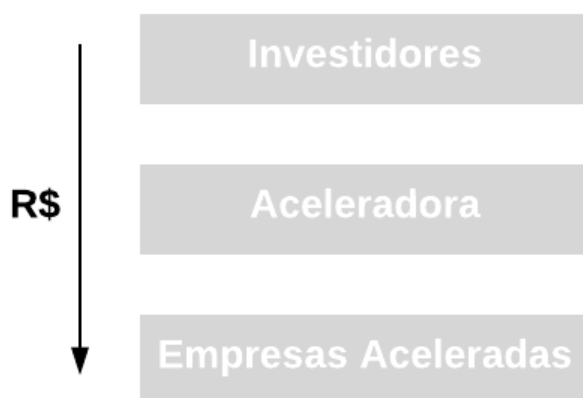
enquanto o capital econômico foi identificado pela trajetória profissional e pelas características principais das empresas em que o agente é sócio ou proprietário. A lógica relacionada aos Impactos Sociais, espaço que tradicionalmente esteve ligado a instituições religiosas e filantrópicas, movimentos sociais, órgãos do Estado, organizações sem fins lucrativos, enfim, espaço que tem em sua gênese ações voltadas para os interesses coletivos, será aqui apresentada como lógica de Impacto – a palavra impacto foi escolhida porque além de se diferenciar do Social, que já aparece nos termos Espaço Social e Negócio Social, é uma palavra largamente utilizada entre os agentes do espaço, fazendo referência ao objetivo das empresas que buscam Impacto Social. Em contra partida, o universo dos negócios, das organizações tradicionais do mercado onde a busca por retorno financeiro é a finalidade única, será identificado como lógica Tradicional. Os principais termos que fazem referências a conceitos e categorias de classificação utilizados na construção do texto foram iniciados em letras maiúsculas apenas para fins de destaque para cada termo.

Métodos utilizados. Como forma de introdução ao universo dos Negócios Sociais, foram utilizados dois métodos: uma revisão sistemática (CAMPBELL, 2016; LIBERATI et al., 2009; SAMPAIO; MANCINI, 2007) da produção acadêmica de modo a sintetizar os principais autores, conceitos e terminologias associados ao termo Negócios Sociais, e uma análise de conteúdo (BARDIN, 1977) com uma abordagem sociológica (GRANOVETTER; SWEDBERG, 2001) para identificar o modo como esse novo modelo organizacional está sendo representado na mídia brasileira. A Artemisia, objeto da principal análise do trabalho, foi explorada em três níveis de análise: investidores, aceleradora e empresas aceleradas.

Para entender o que é uma aceleradora e qual o seu papel no contexto brasileiro dos Negócios Sociais, a organização Artemisia será o objeto principal da pesquisa. Serão analisados dados secundários provenientes da 1) própria organização, que disponibiliza em seu site informações como portfólio, estrutura organizacional, estatuto social e demonstrações financeiras; de 2) publicações acadêmicas e não acadêmicas, como reportagens de jornais e revistas, e informações públicas de outras organizações; e do 3) governo,

especificamente da Receita Federal. A estrutura organizacional da Artemisia será explorada em três níveis de análise, delimitados de acordo com o maior fluxo de capital econômico do processo de aceleração, como mostra a Figura 1, com início nos Investidores, passando pela Aceleradora e finalizado nas Empresas Aceleradas.

Figura 1: Níveis de análise da estrutura social da Artemisia



Fonte: Elaboração própria

O primeiro nível, dos investidores, se refere a fonte de recursos da organização, de onde a aceleradora faz a captação de investimentos para as empresas aceleradas; o segundo nível compreende a estrutura organizacional da aceleradora em si; e o terceiro nível trata das empresas que foram selecionadas para o programa de aceleração da Artemisia. Em cada nível de análise, a estrutura organizacional das organizações foi identificada a partir das informações publicadas em seus próprios sites, geralmente na sessão Nossa Equipe, Time, Conselho, Diretoria, e das informações do CNPJ, pois para todo CNPJ cadastrado a Receita Federal apresenta o quadro societário e outras informações da organização. A trajetória profissional dos agentes foi analisada através do LinkedIn¹, uma rede de profissionais com mais de 500 milhões de usuários em 200 países e territórios, que tem como objetivo conectar profissionais do mundo todo por meio de uma rede social que funciona como um currículo online, onde cada profissional descreve sua trajetória incluindo cargos, empresas, formação acadêmica, interesses, principais características, habilidades e rede de contatos. As informações divulgadas são, portanto, públicas e de responsabilidade de cada profissional.

¹ LinkedIn. Disponível em: <https://www.linkedin.com>. Acesso em: 29/12/2017

Capítulo 2. Negócio Social

As fronteiras entre o mundo empresarial e o mundo social estão sendo cada vez mais diluídas ao passo que empresas do mercado tradicional estão se aproximando de empreendimentos com objetivos sociais. O termo empreendedorismo social se refere às organizações que atendem às necessidades humanas básicas através de modelos de negócios que “combinam a desenvoltura do empreendedorismo tradicional com a missão de transformar a sociedade” (SEELOS; MAIR, 2005). Considerado muitas vezes como uma alternativa aos ineficientes esforços governamentais e filantrópicos (DEES, 1998), o empreendedorismo social integra criação de valor econômico e valor social (MAIR; MARTI, 2006) e é nesse contexto, entre as fronteiras do mercado e da sociedade, que nasce o Negócio Social e sua busca pela maximização de impactos sociais através de ferramentas de mercado (DEFOURNY; NYSSSENS, 2010; YUNUS, 2010).

Nesse contexto, a ideia de uma sociedade dividida entre setores, com seus interesses e mecanismos específicos, é desafiada, mostrando que a evolução destas categorias sociais é relativamente rápida, como pode ser observado pelas seguintes definições extraídas de uma popular publicação² no meio acadêmico, datada no ano de 1994 com intuito de explicar o que é o Terceiro Setor: “... terceiro setor é um conceito, uma expressão ainda pouco utilizada no Brasil. Na verdade, quase ninguém a reconhece por aqui.”; “As entidades da sociedade civil ou organizações não-governamentais, que empregam no Brasil mais de um milhão de pessoas, dão continuidade às práticas de caridade e filantropia, mas expandiram seu sentido ao incorporar o conceito de cidadania”. A ideia de organizações “não lucrativas” versus “lucrativas”, “público” versus “privado”, norteava a discussão sobre os setores Público, Privado e o então recém criado Terceiro Setor, o Quadro 1 ilustra essa noção quando estabelece fronteiras entre setores que dividem a sociedade conforme os agentes e fins de suas organizações.

² FERNANDES, Rubem César. Privado porém público: o terceiro setor na América Latina. Relume-Dumará, 1994.

Quadro 1: Antiga noção sobre os setores Público, Privado e o Terceiro Setor

Agentes	Fins	Setor
Privado	Privado	Mercado
Público	Público	Estado
Privado	Público	Terceiro Setor
Público	Privado	Corrupção

Fonte: Adaptado de Fernandes (1994)

O resgate de noções como as apresentadas no Quadro 1 é importante para que as atuais inovações no campo organizacional possam ser observadas em uma linha histórica, que carrega em si estruturas, mecanismos e noções que foram criadas em outro contexto. Organizações como as OSCIPs que atuam no setor público apesar de serem entidades privadas são exemplos das constantes transformações do campo organizacional e suas instituições.

Apesar das diferentes terminologias e definições para a organização que atua na busca por interesses coletivos, o foco dos debates conceituais está centralizado na posição e no papel do Negócio Social dentro da economia global e sua interação com o mercado, a sociedade civil e as políticas públicas (DEFOURNY; NYSSSENS, 2010). A existência de diferentes perspectivas sobre os Negócios Sociais leva os pesquisadores da área a desafiar e repensar seus conceitos centrais (MAIR; MARTI, 2006), trazendo possibilidades de pesquisas em áreas como empreendedorismo, sociologia e teoria das organizações. Algumas das principais definições teóricas para o conceito de Negócio Social serão apresentadas neste capítulo, evidenciando que apesar das diferenças teóricas e práticas, o Negócio Social é uma realidade em diferentes países com diferentes níveis de desenvolvimento.

O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) atua em aproximadamente 170 países e territórios, contribuindo para a erradicação da pobreza e para redução de desigualdades e exclusão social, e acredita que apesar da importância das políticas públicas na busca pela eliminação da pobreza, o setor privado tem um papel central nessa busca que vai muito além da Filantropia e da Responsabilidade Social, entendendo que as empresas podem inovar e desenvolver soluções sustentáveis, inclusivas e economicamente viáveis (PNUD, 2015). Em parceria com a ONU, o PNUD incentiva o setor privado a desenvolver modelos de negócio inovadores que

criem benefícios sociais, Figura 1, utilizando o termo Negócios Inclusivos para os modelos que integram a Base da Pirâmide e Empreendedorismo Social para modelos que buscam o bem estar social mais que o lucro.

Figura 2: Modelos de negócios que geram benefícios sociais de acordo com o PNUD



Fonte: Adaptado de PNUD (2015)

Autor de outra importante definição sobre os Negócios Sociais, o economista Muhammad Yunus, fundador do grupo *Grameen* e ganhador do Prêmio Nobel da Paz em 2006 pela sua iniciativa de microcrédito nas aldeias de Bangladesh, é uma referência global e se dedica a disseminação do conceito criado e implementado por ele nas organizações *Grameen*. A começar pelo título e pela dedicatória de Yunus (2008), temos indícios de sua definição para o que é um Negócio Social. O livro “Um mundo sem pobreza – A empresa social e o futuro do capitalismo” é dedicado a “todos que desejam criar um mundo onde ninguém seja pobre”. Tal dedicatória é emblemática e revela grandes diferenças conceituais entre muito do que se pratica em nome do empreendedorismo social e o conceito proposto por Yunus, que se posiciona em uma luta para atenuar e eliminar a pobreza no mundo (YUNUS, 2008, p.11). A Figura 2 apresenta os modelos de negócio propostos por pelo autor.

Figura 3: Modelos de negócios propostos por Yunus



Fonte: Adaptado de Yunus (2008)

Nascido em Bangladesh, Yunus recebeu uma bolsa para estudar economia na Universidade de Vanderbilt, nos Estados Unidos e de volta ao seu país se tornou presidente do Departamento de Economia da Universidade de Chittagong. Em 1976 criou o Banco *Grameen*, uma organização de microcrédito que oferece empréstimos sem caução, de valores equivalentes a aproximadamente cem reais, para abertura de pequenos negócios. O principal objetivo do banco criado por Yunus é abrir suas portas a quem não é recebido pelos bancos convencionais. O sucesso da iniciativa deu visibilidade internacional ao economista que ganhou o título de professor honoris causa na HEC, uma das principais escolas de administração da Europa, além de mais de 50 títulos honoris causa por universidades em 20 países; também foi escolhido pela *Wharton School of Business* para integrar a lista "As 25 Pessoas Mais Influentes de negócios dos últimos 25 anos" e em 2008 alcançou o segundo lugar na lista dos "Top 100 intelectuais do mundo" pela revista britânica *Prospect* em parceria com a *Foreign Policy* nos Estados Unidos (YUNUS, 2017).

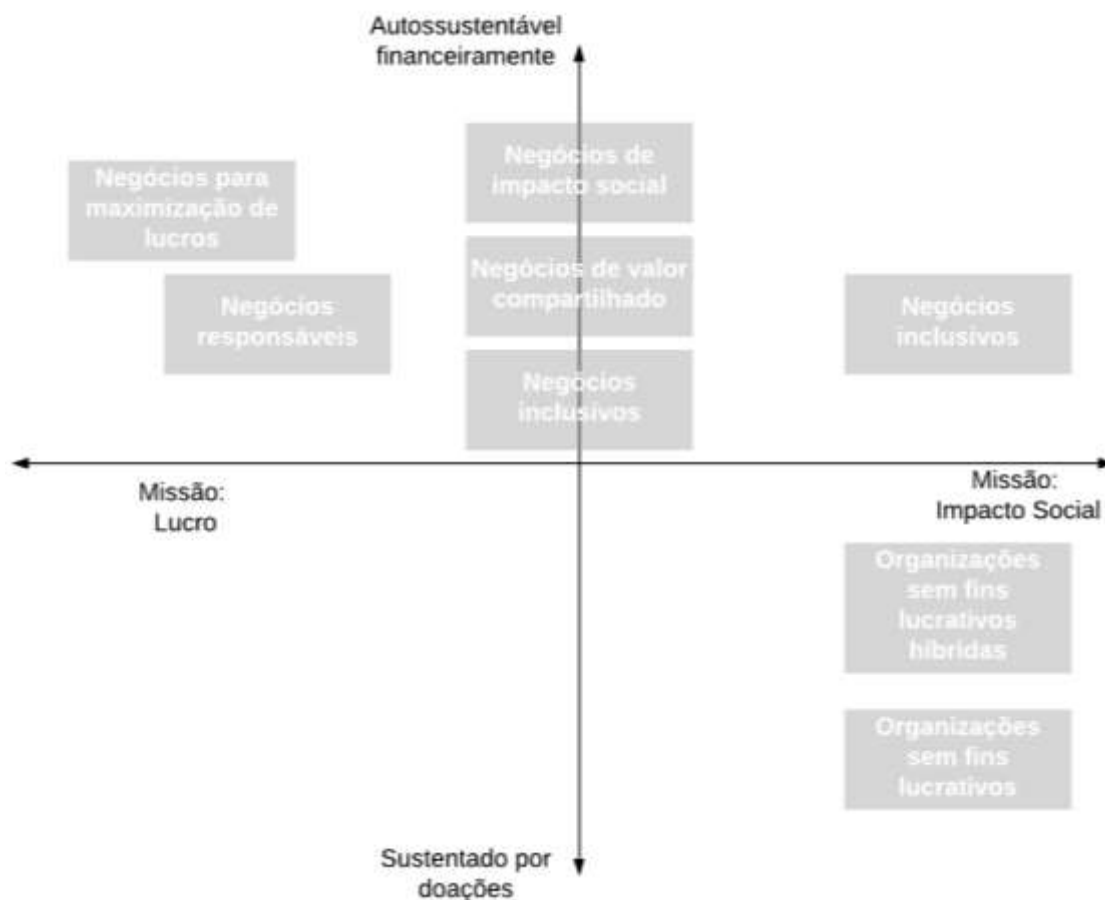
A *joint venture* Grameen-Danone foi a primeira empresa social multinacional conscientemente projetada (YUNUS, 2008) e tem o objetivo de reduzir a subnutrição nas aldeias de Bangladesh através da produção de um iogurte fortificado com micronutrientes necessários para uma infância saudável. O iogurte é vendido a um preço acessível nas aldeias e a empresa é autossustentável economicamente. A Danone recebeu como retorno apenas o

dinheiro investido e desde então todo o lucro é reinvestido na própria empresa. Yunus também criou *joint ventures* com a Veolia, empresa francesa que fornece água potável às aldeias; Basf, que produz mosquiteiros quimicamente tratados prevenindo a transmissão de doenças como a malária; Intel, que usa tecnologias de comunicação para o fornecimento de cuidados de saúde; Adidas que produz calçado a preços acessíveis. O conceito criado e divulgado ao redor do mundo por Yunus caracteriza um Negócio Social por meio de sete princípios (YUNUS, 2010):

1. O objetivo do negócio é a superação da pobreza ou de um ou mais problemas em áreas como educação, saúde, acesso à tecnologia, meio ambiente etc. que ameaçam as pessoas e a sociedade – e não a maximização dos lucros.
2. A empresa alcançará a sustentabilidade econômica e financeira.
3. Os investidores recebem de volta apenas o montante investido. Não se paga nenhum dividendo além do retorno do investimento inicial.
4. Quando o montante do investimento é recuperado, o lucro fica com a empresa para cobrir expansões e melhorias.
5. A empresa será ambientalmente consciente.
6. A força de trabalho recebe salários de mercado e desfruta condições de trabalho melhores que as usuais.
7. Faça-o com alegria!

O conceito defendido por Yunus (2008) parte da necessidade de transformar o sistema que, apesar de prosperar gerando riquezas, inovações tecnológicas e descobertas científicas, não beneficia a todos. A distribuição global de renda é uma importante evidência da problemática capitalista na visão de Yunus, aonde 94% da renda mundial vai para 40% da população, enquanto os outros 60% vivem com 6% da mesma renda. O autor critica o imperialismo financeiro e sinaliza para a necessidade de uma globalização inclusiva, que não marginalize nenhuma classe social. Para o autor, os modelos de negócios se posicionam de acordo com sua missão e seu modelo de receita, como ilustrado na Figura 3, onde os modelos de negócios são posicionados quanto ao objetivo principal da busca por lucro ou por impacto social, e ao modelo de receita como autossustentável financeiramente ou dependente de doações.

Figura 4: Posicionamento do modelo de negócios criado por Yunus



Fonte: Adaptado de Yunus (2017)

Yunus (2008) sugere a existência de quatro categorias de organizações que tradicionalmente são associadas aos problemas sociais: Estado, ONG, Instituições Multilaterais e iniciativas de Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Na sua análise, a política prejudica a eficiência governamental porque existem grupos detentores de poder que priorizam seus interesses sobre os demais, além da lentidão, burocracia e a propensão à corrupção. Quanto às ONGs, ele as vê como resposta à frustração aos serviços que deveriam ser prestados pelo Estado, mas acredita que é uma resposta inadequada aos problemas sociais quando atuam sozinhas, já que a dependência financeira torna a busca por doações a principal função do gestor, ao invés da própria gestão e expansão de suas atividades. Portanto, nem o Estado nem a Filantropia conseguem lidar sozinhos com os problemas sociais.

As Instituições Multilaterais, ou a Elite do Desenvolvimento, são organizações financiadas pelos governos com a missão de eliminar a pobreza, como exemplo o Banco Mundial, que na visão de Yunus, se tornam

organizações burocráticas e lentas assim como o Estado e acabam por tornar as atividades meio um fim em si mesmas. Sua principal crítica ao Banco Mundial é a busca pela erradicação da pobreza exclusivamente por meio do crescimento econômico em grande escala, ou seja, se o Produto Interno Bruto (PIB) cresce, assume-se que a meta está sendo atingida, o que é questionável já que o PIB pode crescer sem que isso traga benefício a todas as classes sociais. Outra crítica às Instituições Multilaterais é o foco exclusivo em instituições já estabelecidas, deixando de fora inovações de pequenos projetos vindos de outros segmentos da sociedade que não o governo, tornando as classes menos privilegiadas apenas objetos no processo, ao invés de atores independentes com potencial de se tornarem empresários autônomos. Apesar de atuarem no mesmo ramo, o Banco Mundial e o Banco *Grameen* apresentam diferenças intrínsecas no seu modelo de negócio. Enquanto o Banco Mundial contabiliza seu sucesso de acordo com o número de empréstimos realizados, o Banco *Grameen* tem um sistema de compensação que abrange desde o número de empréstimos realizados até a garantia de que os filhos de seus clientes frequentem a escola.

Já a análise da RSC é dividida por Yunus (2008) em: RSC fraca, que tem por objetivo não causar nenhum dano às pessoas ou ao planeta desde que isso não sacrifique os lucros, e forte, que busca beneficiar a sociedade desde que não sacrifique os lucros. Dessa forma, apenas uma parcela minúscula dos lucros é destinada aos problemas sociais que muitas vezes são causados pela própria organização. Em outros casos, ela é utilizada apenas para promover os interesses da organização. Para o banqueiro, apesar da boa intenção de muitos líderes, quando o objetivo central da empresa é alcançar o lucro máximo, as necessidades da sociedade e as oportunidades de altos lucros dificilmente caminham lado a lado, e mesmo com o discurso de “resultados triplos”, os resultados financeiros se sobrepõem aos resultados sociais e ambientais.

A maior crítica de Yunus (2008) ao sistema capitalista é a visão estreita da natureza humana quando se assume os indivíduos como seres unidimensionais, isolando os aspectos religiosos, emocionais, políticos e sociais da vida humana. A teoria econômica implícita no sistema capitalista, onde o ser humano unidimensional dedica sua vida apenas na busca pelo

lucro, força a realidade a imitar a teoria ao invés do caminho contrário. “O mundo de hoje está tão hipnotizado pelo sucesso do capitalismo que não ousa duvidar da teoria econômica implícita a tal sistema” (YUNUS, 2008). O economista parte do pressuposto de que o capitalismo é uma estrutura semidesenvolvida que precisa reconhecer a natureza multidimensional dos seres humanos para tornar sua estrutura completa, e sugere a alteração da definição do que é uma empresa, já que o conceito de empresa como uma organização que visa apenas à maximização do lucro marginaliza outros formatos de organização que atendem a multidimensionalidade do ser humano. Assim nasce o conceito de Negócio Social da perspectiva de países em desenvolvimento, representada por Yunus (2008), de uma empresa que tem sua estrutura organizacional igual à empresa tradicional, que emprega funcionários, cria bens e serviços, mas com o objetivo principal de resolver problemas sociais e ambientais. A empresa social gera lucros, mas os investidores ganham apenas o equivalente à recuperação de seu investimento. Para se qualificar como uma empresa social, a organização deve oferecer um produto ou serviço que gere receita de vendas enquanto beneficia a sociedade como um todo.

Num esforço de análise da evolução do conceito de empresa social a nível internacional, Galera e Borzaga (2009) identificaram outras duas perspectivas principais na literatura: a perspectiva europeia e a norte americana. A primeira abordagem carrega a tradição europeia do cooperativismo e associativismo como forma de reduzir a probabilidade de comportamentos oportunistas por indivíduos isolados. A empresa social europeia surge quando um grupo busca por um objetivo social bem definido e consegue traduzi-lo em um arranjo institucional. A atividade realizada pela empresa social é de interesse geral, gerida de forma empresarial e orientada as necessidades dos segmentos mais frágeis da sociedade que são normalmente excluídos da atividade social e econômica. Os lucros obtidos são reinvestidos na própria organização, restrição esta, garantida muitas vezes pela legislação, já que há uma grande tendência a adoção de formas legais específicas nas empresas sociais europeias. A definição da Rede Europeia de Pesquisa EMES (DEFOURNY; NYSSSENS, 2008) propõe uma abordagem comum ao estudo das empresas sociais na Europa e define a empresa social

como uma organização privada, autônoma e sem fins lucrativos, que fornece bens ou serviços ligados diretamente ao seu objetivo explícito de beneficiar a comunidade. Tal definição pretende integrar as diferentes experiências nacionais e o termo em português “empresa social” é uma síntese dos diversos termos utilizados na produção acadêmica em inglês, como por exemplo, “*social economic enterprises*” na Áustria, “*socially-aimed enterprises*” na Bélgica, “*cooperatives with social aims*” na Espanha, “*social co-operatives*” na Itália e Portugal (BORZAGA; DEFOURNY, 2001). A segunda abordagem tem raízes na tradição norte americana e se contextualiza na lacuna deixada pelo governo e por ONGs tradicionais. As iniciativas podem ser encabeçadas por empresários tradicionais e a restrição quanto à distribuição dos lucros obtidos não é tão popular quanto na Europa. Essa abordagem comum nos EUA abrange organizações que podem não ser motivadas por um objetivo social, mas que direcionem sua renda ao financiamento de atividades sociais, característica essa que explica o fato dessa perspectiva evidenciar o papel do empreendedor dos setores privado, público ou sem fins lucrativos como o agente de mudança.

Independente dos conceitos e definições, avaliar o impacto do Negócio Social deixa de ser uma opção para os investidores e empreendedores, impondo-se como uma exigência para sustentar as propostas que afirmam ser capazes de gerar lucros e transformação social. Entretanto, para avançar nesse debate, é importante construir uma definição sobre o significado de impacto, termo amplamente utilizado, que pode expressar diferentes concepções de acordo com cada contexto em que foi empregado. De forma geral, avaliar o Impacto Social é avaliar as mudanças em uma comunidade, população ou território a partir da inserção de uma variável conhecida no sistema (um projeto, programa ou Negócio Social) em uma relação causal observada entre a mudança e a variável (BRANDÃO *et al.*, 2014).

2.1 Um conceito ainda em desenvolvimento

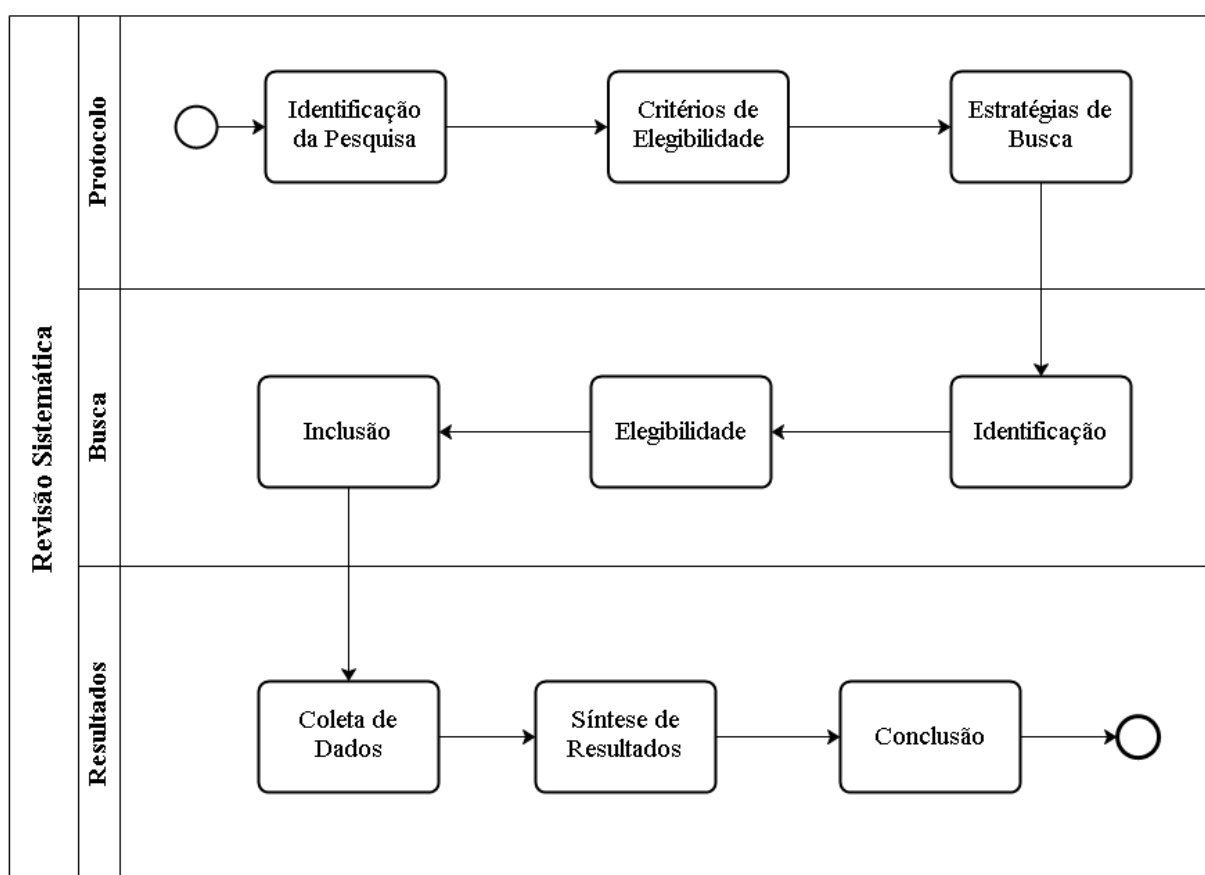
As diferentes definições em torno dos Negócios Sociais e do Empreendedorismo Social estão profundamente enraizadas nos contextos sociais, econômicos, políticos e culturais em que estas organizações emergem (DEFOURNY; NYSSSENS, 2010). O conceito de Empreendedorismo Social

significa coisas diferentes para pessoas diferentes (DEES, 1998), e suas fronteiras para outros campos de estudo se mostram ainda indefinidas (MAIR; MARTI, 2006). O modelo dos Negócios Sociais é um conceito ainda em desenvolvimento (BORGAZA, 2012; GALERA; BORZAGA, 2009; DEFOURNY; NYSSSENS, 2008; HAIGH; HOFFMAN, 2014), no entanto, existe um amplo consenso de que os empreendedores sociais são indivíduos movidos por objetivos sociais (PEREDO; MCLEAN, 2006). Para as diferentes abordagens sobre o tema, o objetivo explícito de beneficiar a comunidade é a principal missão do Empreendedorismo Social e suas empresas (DEFOURNY; NYSSSENS, 2010) e considerando os diversos debates conceituais sobre o modelo e suas definições (GALERA; BORZAGA, 2009; BORGAZA, 2012; DEFOURNY; NYSSSENS, 2008; HAIGH; HOFFMAN, 2014), o passo inicial deste trabalho foi uma análise do termo Negócio Social na forma de uma revisão sistemática da produção acadêmica em torno desse fenômeno organizacional. Foram utilizados métodos sistemáticos para sintetizar os principais autores, conceitos e terminologias associados ao termo Negócios Sociais.

Os estudos de revisão sistemática tiveram sua origem na área de ciências da saúde (VOSGERAU; ROMANOWSKI, 2014) e ainda recebem grande influência das diretrizes do centro de referência *Cochrane*, uma organização internacional cujo objetivo principal é influenciar a tomada de decisões bem informadas através da preparação, manutenção e distribuição de revisões sistemáticas (HIGGINS, 2011). Inspirada nas pesquisas realizadas pelo centro de pesquisa *Cochrane*, a rede internacional de pesquisa *Campbell Collaboration* introduziu as pesquisas de revisão sistemática no campo de pesquisas sociais, buscando através da produção de revisões de abordagem sistemática e rigorosa, uma mudança social positiva que possibilite melhorias na qualidade dos serviços públicos e privados em todo o mundo (CAMPBELL, 2016). As revisões sistemáticas devem ser pesquisas metódicas, explícitas e passíveis de reprodução, indicando novos rumos para futuras investigações (SAMPAIO; MANCINI, 2007) e seu valor, assim como de toda pesquisa, está relacionado ao que foi feito, do que foi descoberto, e da clareza do relato (LIBERATI et al., 2009).

Como forma de alcançar maior rigor metodológico, a revisão sistemática aqui realizada teve como referência as diretrizes do guia de recomendações PRISMA³ apoiado pelo centro de referência em pesquisas *Cochrane* e desenvolvido para garantir a transparência e nortear o relato das revisões sistemáticas. O guia PRISMA abrange os avanços conceituais e práticos na ciência das revisões sistemáticas e possibilita a utilização do método em relatos de revisões sistemáticas de diversas áreas de pesquisa (LIBERATI et al., 2009). As etapas do processo de revisão sistemática foram sintetizadas na Figura 5.

Figura 5: Etapas do processo de revisão sistemática



Fonte: Adaptado de Liberati *et al.* (2009)

As características usadas como critérios de inclusão ou exclusão de estudos foram definidas com base no objetivo que norteia a revisão: identificar quais as principais definições associadas ao conceito de Negócios Sociais. Sendo assim, o primeiro critério trata do tipo de estudo a ser analisado, que foi limitado ao documento do tipo artigo, que é definido como uma pesquisa

³ PRISMA. Disponível em: <http://www.prisma-statement.org/>

original ou de parecer. Essa escolha se deve ao fato destes documentos comumente apresentarem um formato padrão constituído por resumo, introdução, materiais e métodos, resultados, conclusões, discussão e referências, o que facilita a análise e, conseqüentemente, o desenvolvimento da revisão. O segundo e terceiro critério se referem à temática de Negócios Sociais, que deve obrigatoriamente apresentar o termo no título e/ou nas palavras-chave e estar relacionada a modelos de negócios e organizações. Como o objetivo da revisão trata da definição do conceito, uma eficiente coleta e análise de dados exige a leitura aprofundada dos artigos, o que implica nos últimos dois critérios de elegibilidade: o artigo deve estar nos idiomas de domínio da autora, português ou inglês, e apresentar acesso livre ao texto completo do artigo.

A etapa de estratégias de busca marcou o último passo da elaboração do protocolo de pesquisa. Uma busca eficaz envolve não só uma estratégia que inclua os termos adequados, mas também a escolha de base de dados que insiram mais especificamente o tema (SAMPAIO; MANCINI, 2007). Em razão do objetivo desta investigação tratar da identificação das principais definições associadas ao conceito de Negócios Sociais, o critério de seleção da base de dados foi o de interdisciplinaridade e a base Scopus foi selecionada por cumprir esse critério como sendo a maior base de dados de resumos e citações de literatura revisada por pares, permitindo uma ampla visão do que está sendo publicado cientificamente em diversas áreas de estudo. O recorte de tempo da busca foi limitado apenas pela capacidade da base de dados, possibilitando assim a análise da frequência do termo nas produções acadêmicas pelo maior recorte temporal possível, portanto, a busca se deu a partir de 1960, primeiro ano de cobertura da base Scopus até 2016, ano de realização da revisão.

Quanto aos critérios de elegibilidade, foram aplicados dois filtros na busca, sendo o primeiro aplicado diretamente na base de dados através da ferramenta de busca por meio de algoritmos, e o segundo foi aplicado na fase de coleta de dados. Puderam ser analisados no primeiro filtro de elegibilidade os seguintes critérios: temática, onde os artigos selecionados apresentaram no título e/ou na palavra-chave o termo “*social business*”, que é uma possível tradução para o inglês do termo em português “negócio social”; documentos do

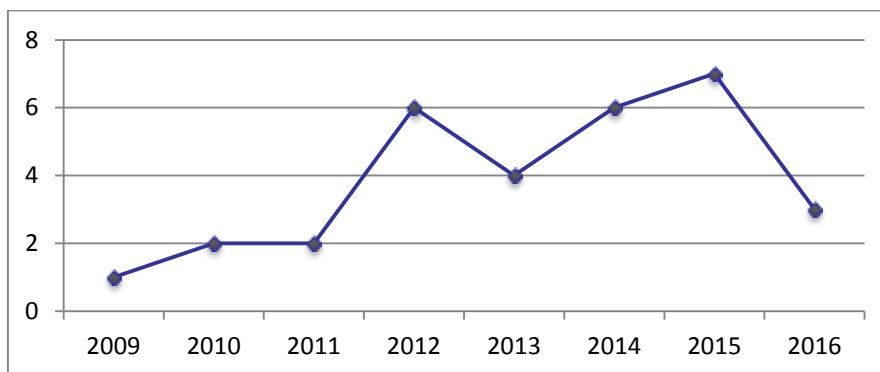
tipo artigo; e os idiomas português e inglês. O segundo filtro de elegibilidade foi aplicado na fase de coleta de dados onde foram avaliados os critérios de acesso livre e temática relativa a organizações.

A seleção dos estudos foi realizada na fase de busca através das etapas de identificação dos estudos no banco de dados, eliminação dos estudos duplicados, aplicação dos critérios de elegibilidade e inclusão de estudos na revisão. Inicialmente foi realizada uma busca pelo termo “social business” na base de dados, o que resultou na identificação de 1696 artigos com 33 artigos duplicados, portanto, 1663 artigos identificados. O primeiro filtro de elegibilidade, que avaliou os critérios de temática nas palavras-chave e no título, tipo do estudo e idioma, resultou em 71 artigos aprovados. O segundo filtro de elegibilidade revelou 28 artigos sem acesso livre e 12 artigos fora da temática, logo, apenas 31 artigos cumpriram todos os critérios de elegibilidade e foram incluídos na revisão, como mostra o Apêndice 1.

Após a fase de busca dos artigos, a coleta de dados e os resultados foram gerenciados com o auxílio dos *softwares Microsoft Excel e Mendeley*. Os dados foram coletados através da leitura completa dos artigos e as variáveis analisadas foram: Ano, Palavra-chave, Conceito, *Tag*, Exemplo Empírico e Referências. A primeira variável é o ano de publicação do artigo de acordo com a base de dados. A palavra-chave se refere às palavras-chave originais do artigo, ou seja, utilizadas pelos autores. O conceito mostra a definição utilizada por cada autor para o termo “Negócios Sociais”. As *tags* (ou etiquetas, em português) foram criadas com objetivo de categorizar os artigos conforme as características identificadas na abordagem do tema e consideradas pertinentes devido à sua recorrência na formação do conceito, possibilitando, assim, uma análise de possíveis relacionamentos entre os artigos quanto à frequência das seguintes temáticas: Base da Pirâmide, que faz referência ao modelo que aponta para o potencial dos mercados de baixa renda como estratégia para a diminuição da pobreza; Empreendedorismo Social; RSC; produção de bens e serviços; empresas do grupo Grameen; e organizações híbridas, que é um termo utilizado para definir empresas com diferentes missões. O exemplo empírico tem objetivo de identificar as organizações utilizadas em cada artigo como exemplos de Negócios Sociais. E a última variável trata das referências bibliográficas utilizadas por cada autor.

Com base na análise da variável Ano, pode-se afirmar que a produção acadêmica em torno do termo “Negócios Sociais” é recente, considerando que a sua primeira aparição como tema principal do artigo (termo presente no título e/ou nas palavras-chave) data o ano de 2009, e apresenta um número limitado de publicações acadêmicas até o presente momento, atingindo o máximo de 7 publicações por ano, como mostra a Figura 5.

Figura 6: Gráfico do número de artigos publicados por ano



Fonte: Elaborada própria

Na segunda variável analisada, que identifica quais as palavras-chave utilizadas pelos autores dos artigos, foram consideradas relevantes apenas as palavras-chave utilizadas mais de uma vez, identificando assim as mais recorrentes nos artigos. As palavras-chave mais utilizadas foram Empreendedorismo Social, Empresa Social (tradução do inglês do termo *Social Enterprise*), Modelo de Negócio, Empreendedorismo, Inovação, RSC, Índia, Organização Híbrida e Sustentabilidade. A frequência de cada palavra-chave encontrada segue no Apêndice 1.

A terceira variável busca analisar o conceito utilizado por cada autor para se referir à organização considerada como um Negócio Social. Como forma de identificar as principais características de cada definição, os conceitos foram classificados de acordo com a associação ordenada e sistemática de cada característica a uma única categoria. O Quadro 2 relaciona as categorias e as subcategorias utilizadas na análise. A relação entre as características encontradas em cada artigo na definição do conceito com as categorias de análise estão ilustradas no Apêndice 1. De acordo com as principais características identificadas, 22 autores consideram que a organização definida como um Negócio Social tem como objetivo uma meta dupla, ou seja, busca, simultaneamente, resultados financeiros e sociais; a *tag* Empreendedorismo

Social foi o tópico mais recorrente na construção do conceito de Negócio Social com 15 citações; e 14 autores consideram que o Negócio Social deve ser sustentável financeiramente.

Quadro 2: Categorias e subcategorias para análise do conceito de Negócio Social na revisão sistemática

Categorias	Subcategorias
Modelo de Negócio	A - Sustentável
	B - Não Sustentável
Objetivo	C - Meta social
	D - Meta financeira
	E - Meta dupla
Lucros	F - Sem divisão
	G - Possibilidade de divisão
Tags	H - Base da pirâmide
	I - Empreendedorismo Social
	J - RSC
	K - Bens e serviços
	L - <i>Grameen</i>
	M - Organização Híbrida

Fonte: Elaboração própria

A categoria Modelo de Negócio analisa a sustentabilidade financeira da organização e se subdividiu em Sustentável, identificada em 14 artigos, e Não Sustentável, sem nenhuma menção nos artigos. Na categoria Objetivo foram criadas as subcategorias Meta Social, Meta Financeira e Meta Dupla para identificar qual o foco principal da organização, e apenas a Meta Dupla foi identificada, sendo citada em 22 artigos. A categoria Lucros se refere à posição da organização quanto à divisão de dividendos e apresenta as subcategorias Sem Divisão, com 13 citações, e Possibilidade de Divisão, com 9 citações, demonstrando que essa categoria é um ponto de alta divergência entre os artigos.

Quadro 3: Exemplos empíricos de Negócios Sociais presentes na revisão sistemática

Área	Atuação
Agricultura e Pecuária	Produção e distribuição de laticínios.
	Apoio aos agricultores de café nos países em desenvolvimento.
Alimentação	Recolhimento, classificação e distribuição de produtos doados de acordo com as restrições legais.
Cadeia de abastecimento	Distribuição rural de produtos que atendam a necessidades básicas.
	Rede de distribuição porta a porta.
Crédito	Banco social.
Empregabilidade	Empregabilidade para deficientes visuais.
	Empregabilidade para pessoas com doenças mentais
Negócios	Aceleradora de negócios sociais.
	Suporte a pequenas e médias empresas.
Saneamento básico	Tratamento da água.
Saúde	Produtos com design diferenciado para crianças com necessidades especiais.
	Produtos para crianças e jovens com perda auditiva.
	logurte fortificado para resolver as deficiências nutricionais das crianças.
	Venda de óculos a preços acessíveis.
	Saúde ocular.
	Cuidados na maternidade.
	Nutrição infantil.
	Reabilitação para usuários de drogas.
Tecnologia	Software para inclusão de deficientes visuais.
	Tecnologia da informação em países em desenvolvimento.
	Telefonia

Fonte: Elaboração própria

Finalmente, a categoria *Tag* foi utilizada para identificar a presença de tópicos identificados na leitura dos artigos relacionados à construção do conceito de Negócio Social e se dividiu entre as subcategorias Base da Pirâmide com 12 citações, Empreendedorismo Social com 15, RSC com 7, Produção de bens e serviços com 11, referência ao grupo de empresas *Grameen* com 11 e organizações híbridas com 12 citações. A quinta variável reuniu os exemplos empíricos de Negócios Sociais citados nos artigos, e o Quadro 3 mostra qual a área de atuação destas organizações.

As organizações citadas nos artigos como exemplos empíricos de Negócios Sociais apresentaram naturezas diversas, mostrando que o conceito pode ser aplicado em diferentes frentes de negócio como agricultura e pecuária, alimentação, cadeia de abastecimento, crédito, empregabilidade, negócios, saneamento básico, saúde e tecnologia.

A última variável a ser analisada trata das referências bibliográficas de cada artigo, e o Apêndice 1 mostra as referências com maior número de citações dentre as 1028 referências citadas. Foram consideradas relevantes as referências citadas mais de duas vezes. As três referências mais citadas, com 8 citações cada, tratam de assuntos principais como: potencial da base da pirâmide no combate a pobreza (PRAHALAD, 2006), Empreendedorismo Social (DEES, 2001) e Negócios Sociais (YUNUS, 2008). As demais referências mais citadas continuam dentro da temática, com foco direcionado ao Empreendedorismo Social (MAIR; MARTI, 2006; AUSTIN; STEVENSON, 2006; DEES, 1998), Negócios Sociais (COMINI; BARKI; AGUIAR, 2012; YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010; KERLIN, 2006; MAIR; MARTI, 2011; SEELOS; MAIR, 2005; THOMPSON; MACMILLAN, 2010), desenvolvimento sustentável (SEN, 1999), estratégia e *stakeholders* (FREEMAN, 1984) e criação de valor social (PORTER; KRAMER, 2011). Negócios sociais e Empreendedorismo Social são, portanto, os assuntos predominantes nas referências. A partir das referências mais citadas, foram analisadas as citações por autor, identificando a frequência de vezes que cada autor foi citado nos artigos, resultando no ranking dos autores mais citados, conforme o Quadro 4. O autor mais citado foi Yunus, com 32 citações, em seguida Mair e Dees com 21 e 18 citações respectivamente.

Quadro 4: Ranking dos autores mais citados na revisão sistemática

Autor	Citações
Yunus, M.	32
Mair, J.	21
Dees, J.G.	18
Prahalad, C.K.	14
Hart, S.	13
Comini, G.	11
Martí, I.	11
Porter, M.E.	9
Kramer, M.R.	8
Seelos, C.	8
Barki, E.	7
Thompson, J.	7
Austin, J.	6
Kerlin, J.A.	5
Sen, A.	5
Aguiar, L.	4
Lehmann-Ortega, L.	4
Moingeon, B.	4
Stevenson, H.	4
Freeman, R.E.	3
Macmillan, I.	3

Fonte: Elaboração própria

A partir do levantamento realizado, observa-se que se trata de uma temática recente, considerando que a sua primeira aparição como tema principal de um artigo (termo presente no título e/ou nas palavras-chave) data o ano de 2009, e a produção acadêmica em torno do tema apresenta um número limitado de publicações até o presente momento, com apenas 7 artigos no ano de maior publicação, indicando, portanto, a existência de possíveis lacunas na produção científica a cerca do modelo de negócio e suas potencialidades. De acordo com as palavras-chave, o foco dos artigos está relacionado principalmente ao estudo de Empreendedorismo Social, empresa social e modelo de negócio. Empreendedorismo Social foi a palavra-chave mais

utilizada nos artigos, assim como também a *tag* que apareceu mais vezes, sendo, portanto, evidenciada a importância do tema na construção do conceito de Negócios Sociais. Através da análise do conceito utilizado nos artigos pode-se observar que não há consenso a respeito da definição de um Negócio Social, já que nenhuma categoria foi identificada em todos os artigos.

A categoria que mostrou maior divergência entre os autores foi a referente à divisão dos lucros. Trata-se de um conceito ainda em desenvolvimento que levanta debates quanto a sua definição e não possui uma base conceitual estruturada. Apesar da falta de consenso, a maioria dos artigos afirmou que o Negócio Social tem como objetivo uma meta dupla, ou seja, buscam, simultaneamente, resultados financeiros e sociais e tem sustentabilidade financeira. Os exemplos empíricos utilizados nos artigos mostram que o conceito pode ser aplicado em diferentes frentes de negócio, da agricultura ao crédito, e o modelo se mostrou capaz de resolver problemas sociais em diversas frentes de atuação no mercado.

2.2 Negócios Sociais e sua representação na mídia brasileira

Observando a mídia como um agente importante na produção do senso comum, detentora de instrumentos de produção da representação do mundo social, capaz de produzir e consolidar legitimidades (BOURDIEU, 1989), a forma como a mídia brasileira representa o conceito de Negócios Sociais foi um ponto de interesse da pesquisa. Com objetivo de identificar o modo como esse novo modelo organizacional está sendo apresentado no jornal de maior circulação do país, a Folha de S.Paulo, além de uma análise sobre o conteúdo das mensagens, alguns agentes presentes neste contexto também foram identificados, atribuindo a análise uma perspectiva sociológica. A análise de conteúdo foi aqui utilizada como uma análise dos significados, tratando as informações e extraíndo os elementos de significação contidos nas mensagens, para então buscar correspondência entre as estruturas semânticas e as estruturas sociológicas das matérias jornalísticas. O papel da analista se deu na tentativa de compreender o sentido da comunicação e captar outras significações implícitas, possibilitando assim, a inferência sobre os possíveis objetivos e consequências das publicações.

A metodologia utilizada nesta análise foi fundamentada em Bardin (1977), professora de Psicologia na Universidade de Paris V e autora do célebre livro “Análise de conteúdo”, que teve por objetivo clarificar o método e suas potencialidades na pesquisa acadêmica na forma de um manual. A escolha desta abordagem se justifica devido à simplicidade e objetividade do livro, que aborda desde o histórico e as principais referências do método, até a apresentação de exemplos práticos de sua aplicação, servindo como guia para compreensão e aplicação do conjunto de instrumentos presentes na análise de conteúdo. Desenvolvida nos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial, a análise de conteúdo surgiu como estratégia política de investigação das intenções inimigas para análise de propagandas na imprensa. Num contexto positivista, o desenvolvimento do método buscava objetividade através de rigor científico e o analista tomava lugar de um detetive que aplicava procedimentos sistemáticos para investigar o que estava sendo dito nas entrelinhas das mensagens de rádio e jornais.

A análise de conteúdo pode ser definida como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visam obter, por procedimentos sistemáticos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (BARDIN, 1977). Ao reunir diversos procedimentos sistemáticos para investigação das comunicações, o intuito da análise de conteúdo não é só de descrevê-las conforme seu conteúdo, mas de não sucumbir à ilusão da transparência dos fenômenos sociais e à leitura simplista do real, trazendo para análise a complexidade e a subjetividade de quem emite e de quem recebe a mensagem. A análise pode adotar uma abordagem quantitativa, observando a frequência com que surgem certas características do conteúdo, ou qualitativa, verificando a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo. Segundo o manual metodológico aqui utilizado, toda análise de conteúdo tem como objetivo a inferência de conhecimentos sobre as condições de produção, o meio ou o receptor da mensagem a partir de indicadores.

A inclusão dos agentes em destaque nas matérias adiciona uma perspectiva sociológica para a análise, considerando que os agentes envolvidos nas transformações desse novo modelo organizacional contribuem

para a sua estruturação. Tal abordagem é inspirada na Nova Sociologia Econômica (GRANOVETTER; SWEDBERG, 2001) e seus princípios de que a ação econômica é uma forma de ação social e é situada socialmente. A análise se desenvolveu em três fases principais: a pré-análise, a exploração do material e os resultados. Durante a pré-análise, fase de organização do trabalho, foi definido que a temática de Negócios Sociais seria analisada no jornal Folha de S.Paulo, jornal de maior alcance no país, com audiência de 20,2 milhões de brasileiros na média mensal (FOLHA, 2016), portanto, capaz de fornecer uma amostra representativa de como o tema é tratado na comunicação de massa brasileira. O período de cobertura da pesquisa foi delimitado a partir do ano de 1921, início da cobertura do acervo online do jornal, até 2016, data do início deste trabalho. A pesquisa no acervo online se deu pela busca detalhada dos termos exatos: “negócio social” e “empresa social”. A escolha da pesquisa com dois termos teve como objetivo aumentar a cobertura das matérias, considerando que se trata de um conceito ainda em desenvolvimento, sem consenso sobre suas características ou termo a ser utilizado, mesmo motivo pelo qual não foram estabelecidas hipóteses iniciais, já que o tema é recente e sua repercussão na mídia não sugere ideias pré-estabelecidas.

Para descrever as características dos argumentos utilizados nas matérias jornalísticas, o texto de cada matéria foi codificado, ou seja, transformado sistematicamente por meio de recorte, enumeração e classificação. O recorte definiu as categorias, ou unidades de registro, para a classificação e a contagem frequencial, considerando o tema a nível semântico, a palavra a nível linguístico e o agente a nível sociológico. Enquanto a análise semântica trata do sentido, a análise linguística olha pra forma identificando as palavras-chave, e a análise sociológica identifica os principais agentes envolvidos, podendo ser o agente um indivíduo ou uma organização. Os dados coletados na fase de exploração do material seguem no Quadro 5.

Quadro 5: Dados coletados na análise de conteúdo

Informações da matéria	Data
	Caderno
	Autor
	Título
	Subtítulo
	Assunto
	Imagem
Indicadores	Lucratividade
	Impacto social
Direção da mensagem	Viés Otimista
	Viés Neutro
	Viés Pessimista
Agente	Empreendedor
	Organização
	Ramo
	Referência citada

Fonte: Elaboração própria

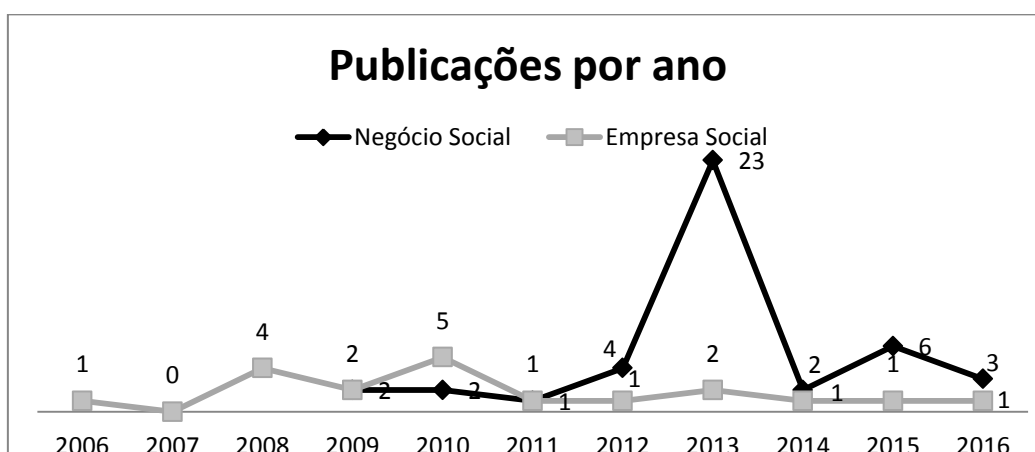
A classificação se deu por meio de procedimentos exploratórios, a partir de leituras flutuantes as variáveis foram se mostrando de modo a estruturar a análise. A enumeração, que define o modo como se conta, foi realizada pela presença de temas e agentes e pela frequência das palavras. Para possibilitar a inferência sobre o emissor da mensagem, elementos da análise de avaliação foram utilizados, e a direção da mensagem, isto é, o sentido da opinião, foi investigada a partir da análise dos termos utilizados para qualificar o modelo de Negócios Sociais.

Foram coletadas informações referentes à publicação da matéria como a data, caderno, autor, título, subtítulo, assunto e imagem. O caderno, de acordo com o editorial do jornal, é um conjunto de folhas dobradas, com no mínimo quatro páginas, que compõem o jornal e que através da segmentação de assuntos busca atender a interesses específicos de seus leitores (FOLHA, 2016), facilitando assim a identificação do público alvo de cada publicação. De

forma análoga a normatização da análise avaliativa (BARDIN, 1977), o viés da notícia foi capturado por meio dos termos utilizados para definir o Negócio Social, refletindo a posição do autor. Foram coletados também os indicadores relacionados às informações financeiras (lucratividade, rendimento, etc) e ao impacto social dos Negócios Sociais divulgados. Os agentes foram identificados pelas informações publicadas sobre o empreendedor e a organização.

A busca no acervo online do jornal teve 59 resultados para o termo “negócio social” e 41 para “empresa social”, mas apenas os resultados com publicações que relacionam o termo como o modelo de organização foram considerados, totalizando 61 reportagens analisadas. A escolha por se realizar duas buscas, com termos diferentes nas palavras-chave, “negócio social” e “empresa social”, teve bons resultados, contribuindo para maior abrangência da busca já que resultou em 43 publicações com o termo “negócio social”, 19 com o termo “empresa social” e apenas 1 publicação repetida nas duas buscas. Apesar de ser o primeiro a aparecer no jornal, no ano de 2006, o termo “empresa social” aparece pouco e teve seu maior índice em 2010, com 5 publicações. O termo “negócio social” é mais popular, sendo citado pela primeira vez em 2009 e com um pico de aparições em 2013. A relação das aparições dos termos de acordo com o ano de publicação segue na Figura 7.

Figura 7: Gráfico das publicações por ano da Folha de S.Paulo com os termos “negócio social” e “empresa social”



Fonte: Elaboração própria

O caderno Empreendedor social foi o que apresentou a maioria das publicações que continham ambos os termos, “empresa social” e “negócio social”, os Quadros 6 e 7 mostram o número de publicações por caderno.

Quadro 6: Caderno das publicações do termo "empresa social"

Caderno	Publicações
Empreendedor social	7
Cotidiano	6
Mercado	2
Classificados Negócios	1
Dinheiro	1
Imóveis	1
Revista são paulo	1

Fonte: Elaboração própria

Quadro 7: Caderno das publicações do termo "negócio social"

Caderno	Publicações
Empreendedor Social	10
Mercado	8
Cotidiano	6
Ilustrada	4
Revista são paulo	4
Esporte	3
Folhainvest	2
Ciência + saúde	1
Mundo	1
Mundo	1
Negócios	1
Opinião	1
Poder	1

Fonte: Elaboração própria

A leitura aprofundada das matérias mostrou que a diferença na utilização dos dois termos é exclusivamente léxica, em ambos os casos o termo foi utilizado para se referenciar ao modelo de negócios que busca por impactos sociais, não havendo diferenças quanto à significação. Sendo assim, a análise

dos demais dados foi feitas em conjunto, facilitando sua exposição e evitando que os resultados se tornassem repetitivos.

Os cadernos com mais publicações em ambos os casos foram: Empreendedor Social, Cotidiano e Mercado. O caderno especial Empreendedor Social divulga o concurso de empreendedorismo socioambiental, de mesmo nome, organizado pela Folha. O caderno Cotidiano foca nas áreas de educação, urbanismo, violência, saúde pública, ambiente, administração pública e comportamento. Enquanto que o Mercado foca na conjuntura econômica, brasileira e internacional, e o mundo dos negócios (FOLHA, 2016). A análise dos autores revelou que não houve grande recorrência dos mesmos nas publicações relativas ao tema. A Quadro 8 mostra os autores que tiveram mais de uma publicação.

Quadro 8: Autores com mais de uma publicação na análise de conteúdo

Autor	Nº de publicações
Patrícia Trudes da Veiga	4
Eliane Trindade	2
Cassio Aoqui	2
André Palhano	2

Fonte: Elaboração própria

Numa breve identificação dos autores mais que mais publicaram, é possível observar um ponto em comum entre eles, a ligação com o prêmio Empreendedor Social realizado pela Folha. Apenas um autor, André Palhano, não possui ligação com o prêmio, os demais atuam como editora-executiva, editora, coidealizador e fundador de uma empresa parceira do prêmio. A jornalista Patrícia Trudes da Veiga é editora-executiva do prêmio Empreendedor Social da Folha, formada em jornalismo pela Fundação Cásper Líbero, possui MBA em Gestão de Negócios Socioambientais pela FEA-USP, Artemisia e IPÊ, e especialização no terceiro setor pela FGV-SP. Eliane Trindade é formada em Comunicação Social pela Universidade de Brasília, com pós-graduação em Ciências Políticas na Universidade de Pisa e também está ligada ao prêmio Empreendedor Social onde é editora. Cassio Aoqui, mestrando e graduado em Administração pela FEA-USP, tem especialização em Educação em Turismo pela UnB e Direitos Humanos em Harvard, na Folha foi co-idealizador do Prêmio Empreendedor Social de Futuro, do Fórum de

Empreendedorismo Social e da Rede Folha de Empreendedores Socioambientais, além de fundador da ponteAposte, empresa parceira do prêmio Empreendedor Social, focada no desenvolvimento de projetos intersetoriais colaborativos. André Palhano, jornalista pela PUC-SP, professor de Responsabilidade Social e Sustentabilidade na Universidade Presbiteriana Mackenzie, é organizador da Virada Sustentável.

O assunto das reportagens, ou seja, o foco principal da matéria, também foi analisado e seus resultados seguem no Quadro 9. Em porcentagens aproximadas, o assunto mais recorrente é a premiação da Folha, Prêmios Empreendedor Social e Empreendedor Social do Futuro, que juntos somam 61% das publicações; 13% das publicações trouxeram a trajetória de um empreendedor em específico como foco e fio condutor do texto; 11% trataram de uma organização em específico que atua como um Negócio Social; 5% foram escritas tendo Mohammad Yunus como o ponto principal; empreendedorismo e o modelo de Negócios Sociais foram o tema central em 5% das matérias; e matérias com assuntos externos ao Negócios Sociais citaram o modelo mas sem qualquer aprofundamento em 5% do total analisado, onde o assunto principal das matérias eram conflito fundiário, investimento em *startups* e o fenômeno social ocorrido nos shoppings do país, os chamados rolezinhos.

Quadro 9: Assunto principal das reportagens na análise de conteúdo

Assunto	Nº de publicações
Propaganda Prêmios Empreendedor Social e do Futuro	21
Prêmio Empreendedor Social e Empreendedor Social do Futuro	16
Trajetoária do empreendedor	8
Um negócio social específico	7
Yunus	3
Empreendedorismo e negócio social	3
Conflito fundiário	1
Investimento em <i>startup</i>	1
Rolezinhos em shoppings	1

Fonte: Elaboração própria

As informações coletadas a respeito das imagens contidas nas matérias mostram no Quadro 10 que as fotografias do empreendedor são as imagens mais recorrentes, seguidas do logotipo dos prêmios Empreendedor Social e Empreendedor Social do Futuro da Folha.

Quadro 10: Tipo e frequência das imagens contidas das matérias

Imagem	Frequência
Empreendedor	41
Logotipo dos Prêmios	23
Empreendedor e beneficiados	5
Beneficiados	3
Ilustração	3
Infográfico	1

Fonte: Elaboração própria

Os indicadores relacionados às informações financeiras foram encontrados em 10 matérias, e foram eles: equilíbrio de retorno financeiro, investimento, faturamento, receita e orçamento. Já os indicadores de impacto social, estavam presentes em 15 matérias: números de beneficiados, número de atendimentos realizados, atuação geográfica, impacto ambiental e quantidade de resíduos orgânicos processados em um projeto de compostagem.

O viés da notícia, identificado a partir da observação dos termos utilizados nas reportagens para definir o Negócio Social, apresentados no Apêndice 2, se mostrou otimista em 47 matérias, pessimista em 1 e neutro em 14. A avaliação considerou o consenso semântico para a significação dos termos utilizados nos enunciados, como exemplo de viés positivo: "... isso é o negócio social, é o progresso compartilhado, todos ganham: povo, empresa, poder público", "... os Negócios Sociais serão responsáveis por um novo capitalismo", "A empresa que começou com um capital de R\$ 10 mil terá em 2015 receita superior a R\$ 1 milhão", "Iniciativas promovem a inclusão com rentabilidade". O único viés pessimista encontrado foi no subtítulo "Iniciativas promovem inclusão com rentabilidade, mas sem incentivo.", focado na dificuldade de incentivos, principalmente fiscais, que os Negócios Sociais encontram no Brasil. Os títulos considerados neutros não indicam qualquer viés

sobre o tema, como exemplo do título: “Estamos procurando empreendedores socioambientais inovadores e com impacto social. Você é um deles?”.

As áreas de atuação dos Negócios Sociais citados foram: artesanato, atividades culturais em hospitais, compostagem doméstica, conflitos fundiários, educação, jornalismo, gastronomia, línguas, microcrédito, reciclagem, reciclagem têxtil, reformas de baixo custo, tecnologia para deficientes visuais e turismo. Os agentes foram investigados por meio dos indivíduos e organizações citados nas reportagens. No total foram coletados 541 agentes, e o Quadro 11 apresenta os que foram mais citados (citados pelo menos 5 vezes) que representam aproximadamente 60% das citações, os demais são apresentados no Apêndice 2.

Nos resultados da análise dos dados houve grande presença dos Prêmios Empreendedor Social e Empreendedor Social do Futuro: o caderno que mais publicou sobre o tema foi o Empreendedor social, caderno especial que divulga todas as informações relativas aos prêmios da Folha; dentre os autores mais citados, apenas um autor, André Palhano, não possui ligação com o prêmio Empreendedor Social, os demais atuam como editora-executiva, editora, coidealizador e fundador de uma empresa parceira do prêmio; o assunto mais recorrente nas matérias foram os prêmios Empreendedor Social e Empreendedor Social do Futuro, que juntos somam aproximadamente 61% das publicações; dos agentes mais citados, apenas 3 deles não fazem parte dos prêmios, sendo eles a Artemisia, Ashoka e Ceats, os demais são finalistas, premiados ou patrocinadores/parceiros do prêmio. Sendo assim, uma breve pesquisa sobre os prêmios se tornou interessante para identificar suas principais características e onde ele se posiciona no contexto da investigação. O Prêmio Empreendedor Social é realizado pela Folha em parceria com a Fundação Schwab desde 2005, e de acordo com seu site institucional, é o principal concurso de empreendedorismo socioambiental na América Latina e um dos mais concorridos do mundo, com objetivo de selecionar, premiar e fomentar os líderes socioambientais mais empreendedores do Brasil que desenvolvam há mais de três anos iniciativas inovadoras, sustentáveis e com comprovado impacto socioambiental. O Prêmio Empreendedor Social de Futuro, realizado pela Folha desde 2009, identifica, premia e fomenta jovens

líderes socioambientais de todo o país, com foco em iniciativas na fase de consolidação, nos três primeiros anos de suas trajetórias.

Quadro 11: Agentes mais citados na análise de conteúdo

Ator	Citações
Folha	44
Fundação Schwab	44
F123	42
Instituto Chapada de Educação e Pesquisa	40
Fernando Botelho	21
Cybele Oliveira	20
Gastromotiva	14
André Luís Cavalcanti de Albuquerque	9
David Hertz	8
Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento	7
Terra Nova	7
UOL	7
Banco Grameen	6
Fábio Bibancos	6
Tião Rocha	6
Turma do bem	6
Artemisia	5
Ashoka	5
Ceats	5
Cláudio Pádua	5
Eugênio Scannavino	5
Gife	5
Ipê	5
Suzana Pádua	5

Fonte: Elaboração própria

Aos vencedores dos prêmios é oferecido: a credibilidade conferida pela Folha; cursos e consultorias oferecidos pelos parceiros; o "networking" da Rede Folha de Empreendedores Socioambientais; um alto nível de qualificação, viabilizando aos premiados a conquista de maiores e melhores indicadores em sustentabilidade, impacto social direto e indireto; influência em

políticas públicas; escalabilidade para seus projetos. A equipe que seleciona os finalistas do prêmio, aqueles que vão efetivamente participar do processo do concurso, é formada por 9 jornalistas, 1 fotógrafo, 3 cineastas, 2 editores e 1 consultor não identificado. A seleção dos candidatos ao prêmio é então realizada pela equipe jornalística do jornal. O regulamento do prêmio destaca entre os benefícios concedidos aos participantes a visibilidade trazida pelo jornal, como no trecho do edital: “os finalistas recebem a credibilidade conferida pela Folha”. Entre outros benefícios, são citados: assessoria de imprensa especializada para divulgar os projetos finalistas na mídia brasileira; reportagens nos sites e publicações dos parceiros; perfil pessoal terá destaque de capa no caderno especial Empreendedor Social, a ser publicado nacionalmente pela Folha de S.Paulo, e nos sites da Folha de S.Paulo e do UOL.

Além do caderno especial, Empreendedor Social, o jornal criou uma rede que reúne líderes e organizações com a missão de disseminar ideias socioambientais no Brasil, a Rede Folha, que se compromete a tornar o empreendedorismo social referência na mídia e na sociedade. A Rede Folha afirma que os líderes e organizações participantes são de reconhecido impacto no Brasil e no mundo, reconhecimento este advindo dos Prêmios Empreendedor Social e Empreendedor Social do Futuro. Os prêmios realizados pela Folha se mostraram prioridade nas publicações, sendo o foco da maioria das notícias, apresentando ligações estreitas com os agentes mais citados e tendo a maioria das reportagens publicadas no caderno dedicado ao prêmio. Essa característica revelada pela análise conteúdo pode ser observada como uma espécie de circuito de legitimação (BOURDIEU, 1989), ao tempo que o jornal se utiliza do prestígio decorrente de sua posição em outro espaço, o espaço jornalístico, cria o prêmio que funciona como um instrumento de legitimação e os empreendedores que disputam o concurso não só concorrem entre si, mas também legitimam-se uns aos outros (DONADONE, 2000). O jornal, realizador do prêmio e detentor de legitimidade para se autodenominar divulgador do conceito de Negócios Sociais na mídia nacional é, portanto, possuidor do instrumento de produção da representação do conceito de Negócios Sociais. Ele próprio produz as formas de percepção e de expressão no espaço social ao qual pertence. Juntos, o jornal, seus parceiros, o prêmio e

seus premiados interagem de forma a construir e a legitimar o novo espaço social que se forma ao redor do novo modelo organizacional de acordo com suas próprias definições e objetivos.

2.3 Investimentos de Impacto

A obtenção de lucros com a implantação de recursos fora de suas esferas usuais vem acompanhada de novas formas institucionais que facilitam essa implantação, e o exemplo deste processo trazido por Granovetter (2005) é o surgimento do capital de risco, o chamado *venture capital*, que se deu quando os banqueiros que financiavam o desenvolvimento de alta tecnologia no Vale do Silício não conseguiram mais acompanhar a velocidade das mudanças em tempo hábil para investir. Sem conhecimento técnico ou capital social no espaço, suas ferramentas financeiras não eram mais capazes de avaliar as inovações cada vez mais rápidas, dando espaço para o surgimento de um novo modelo de investimento, o capital de risco, onde especialistas em marketing e engenheiros da indústria começaram a investir utilizando seu conhecimento técnico e seu capital social como vantagem estratégica para avaliação de novos investimentos. Além de maiores capacidades para avaliar as inovações, eles estavam mais propensos a participar dos conselhos de administração e gestão de ativos nas empresas em que investiam. Investir os recursos financeiros das esferas industrial e familiar, onde foram acumulados, no recém-criado cenário institucional de capital de risco, tornou estes primeiros inovadores extremamente ricos (GRANOVETTER, 2005).

Ao observar o espaço social formado acerca dos Negócios Sociais e a dinâmica de entrada de capital econômico, se fez necessário um aprofundamento em um novo tipo de investimento que aparece como uma importante fonte de recursos no espaço, o chamado Investimento de Impacto. Atualmente no Brasil, existem quatro principais formas de investimento ou contratação de Negócios de Impacto constituídos legalmente como empresas: Doação de recursos; Aquisição direta de participação, Dívida conversível e/ou Contrato de opção de compra; Investimento em fundos de investimento de Impacto Social; Contratação de sociedades empresárias geradoras de Impacto Social como fornecedores (FTFS, 2016).

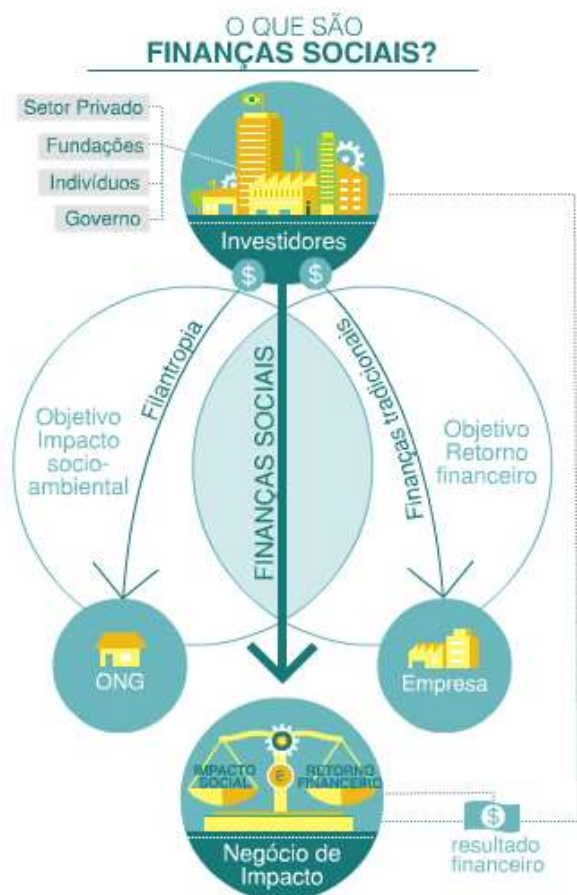
O termo Investimento de Impacto foi cunhado 2007 pela Fundação Rockefeller ao tratar o papel positivo que um investimento pode desempenhar no enfrentamento dos desafios sociais e ambientais (BUGG-LEVINE; EMERSON, 2011) e os investidores brasileiros começaram a financiar Investimentos de Impacto no mercado interno em 2008 (THE IMPACT, 2017). Para a Fundação (FUNDAÇÃO ROCKFELLER, 2016), Negócio Social é uma organização direcionada por uma missão, com uma estratégia de mercado, incluindo organizações sem fins lucrativos que gerenciam negócios que geram receita e empresas que priorizam o impacto social e ambiental positivo. Investimento de Impacto são investimentos feitos em empresas, organizações e fundos com a intenção de gerar impacto social e ambiental mensurável juntamente com retorno financeiro (GIIN, 2017).

O primeiro fundo de Investimento de Impacto criado no Brasil foi a Vox Capital, fundada em 2009 por Antônio Ermínio de Moraes Neto, herdeiro do grupo Votorantin, maior conglomerado industrial da América Latina, e pelo hoje diretor executivo da Vox Capital, Daniel Izzo que afirma que “o conceito investimento para benefícios sociais não é novo, ele sempre existiu, mas o setor de Investimento de Impacto, com esse nome e reconhecido como uma iniciativa conjunta de diversos atores, surgiu de forma mais organizada com o lançamento do relatório *Impact Investments: An Emergent Asset Class*, do J.P. Morgan e da *Rockefeller Foundation* em parceria com a GIIN” (DRAFT, 2015). De acordo com o relatório (MORGAN, 2010), Investimentos de Impacto são destinados a criar impacto positivo além de retorno financeiro e se diferenciam da RSC que apenas busca minimizar os impactos negativos ao invés de criar benefícios sociais ou ambientais positivos. Considerada uma classe emergente de ativos, a previsão é de um crescimento de US\$ 400 bilhões até 2020 em um mercado que se estabelecerá como um importante movimento de investimento nos próximos anos. Assim como no Empreendedorismo Social, a definição do Investimento de Impacto parte da ideia da ineficiência dos recursos governamentais e da Filantropia na solução dos problemas sociais do mundo oferecendo uma nova alternativa para o capital privado em larga escala para benefício social. Para a Vox Capital (VOX CAPITAL, 2017), Negócios de Impacto Social são empresas com fins lucrativos e que têm o impacto como parte central de seu negócio, ou seja, impacto faz parte do *core business*;

negócios que desenvolvam soluções em escala para problemas reais da população da base da pirâmide socioeconômica, com atuação preferencial nas cadeias de valor dos setores de saúde, educação e serviços financeiros; modelos que sejam capazes de quantificar e qualificar o impacto gerado por meio de medições ou indicadores de desempenho.

No Brasil, o instrumento financeiro utilizado com mais frequência nos Investimentos de Impacto é o chamado *equity* (67%), seguido de dívida (52%), obrigações conversíveis (41%) e outras formas de investimento (22%), e os principais setores para Investimentos de Impacto no Brasil são: saúde, educação e inclusão financeira (DUMONT *et al.*, 2016). O uso de recursos privados e públicos via instrumentos financeiros, novos e existentes, em atividades que visam produzir impacto socioambiental com sustentabilidade financeira, podendo ou não gerar retorno financeiro sobre o capital investido é chamado de Finanças Sociais (FTFS, 2017). Inspirada em iniciativas semelhantes no Reino Unido, Canadá, Austrália e Estados Unidos, a Força Tarefa de Finanças Sociais (FTFS) brasileira foi criada em 2014 pela parceria entre o ICE e a FGV que reuniu outras organizações como parceiros: Artemísia; ANDE; BNDES; Cause; Derraik e Menezes; FGV – GVCes; Fundação Telefônica; Fundo Caeté; GIFE; Inspirare; Instituto Península; JPMorgan; Lew Lara; Mattos Filho; MOV Investimentos; Plano CDE; Potencia Venture; Sebrae; SITAWI; USP; Vox Capital. De acordo com a organização, se trata de um movimento criado para identificar, conectar e apoiar organizações e temas estratégicos para o fortalecimento do campo das Finanças Sociais e dos Negócios de Impacto no Brasil, como mostra a Figura 8. As Finanças Sociais são contextualizadas pela FTFS entre a Filantropia, que com objetivos de impacto socioambiental direciona recursos para ONGs, e as Finanças Tradicionais, que direcionam recursos para empresas tradicionais com objetivos apenas de retorno financeiro, se posicionando então entre os dois mecanismos financeiros e se caracterizando pelo direcionamento de capital público e privado a Negócios de Impacto que utilizam mecanismos financeiros para gerar Impacto Social com sustentabilidade financeira.

Figura 8: Definição de Finanças Sociais proposta pela FTFS



Fonte: Adaptado de FTFS (2017)

São considerados mecanismos financeiros as ferramentas utilizadas para investir, emprestar, contratar ou doar com objetivo de viabilizar Negócios de Impacto como: Contratos, Plataformas, Doações, Fundos Patrimoniais, *Crowdfunding*, Contrato de Performance, Comercialização de bens/serviços, *Impact Investing*, *Crowdequity*, Empréstimos, Microcrédito, Empréstimos e Fundos Sociais, Garantidor, Compra dos Negócios de Impacto e *Mobile Giving* (FTFS, 2017b).

Após sua formação, a FTFS realizou, além de diversos mapeamentos, uma Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil, com objetivo de “conceituar a padronizar os negócios brasileiros” (FTFS, 2015). Entre as inúmeras publicações, está uma série de recomendações que pretendem definir quais as prioridades, temas críticos e oportunidades para as Finanças Sociais brasileiras. O Quadro 12 apresenta o que foi recomendado e para quem as recomendações foram direcionadas.

Quadro 12: Recomendações prioritárias da Força Tarefa de Finanças Sociais

Agentes	Recomendação
Indivíduos de alta renda; <i>Family Offices</i> ; Bancos comerciais e de Investimento	que indivíduos ou seus respectivos <i>Family Offices</i> direcionem 1% do seu montante de investimento anual para estes fundos ou produtos financeiros até 2020.
Fundações e Instituto (empresariais e familiares)	que Fundações, Institutos, e veículos similares, direcionem, até 2020, 5% de seus investimentos e doações ao desenvolvimento do campo das finanças sociais e negócios de impacto, preferencialmente em estratégias que fortaleçam a chamada para novos investidores e o fomento à inovação, alavancando sua disposição para correrem riscos.
Fundos sociais; BNDES, indivíduos de alta renda; fundações e institutos (empresariais e familiares)	que o BNDES direcione, até 2020, 5% dos seus aportes anuais de recursos não reembolsáveis para a capitalização de Fundos Sociais.
BNDES, Empresas, Negócios de Impacto	que o BNDES valide a aplicação do subcrédito em negócios de impacto ou fundos sociais e, que até 2020, 5% de todo o recurso usado pelo subcrédito social seja aplicado nessas modalidades.
Empresas, Negócios de Impacto	que Empresas criem estratégias e políticas internas que viabilizem, até 2020, que 5% de suas compras corporativas sejam feitas de negócios de impacto.
Governo federal, estadual e municipal; órgãos de controle, Negócios de impacto; Institutos e Fundações, Academia e ONGs que atuam na gestão pública	que Institutos e Fundações, a Academia e ONGs que atuam com a gestão pública construam, até 2017, cases de sucesso sobre a contratação de Negócios de Impacto e financiem os primeiros pilotos que possam ser replicados pelas 3 esferas do Governo.
BNDES, FINEP, Fundos de investimento	que, até 2017, BNDES e FINEP agreguem, como critério de seleção às suas chamadas para aporte em fundos de Venture Capital o compromisso do gestor em definir, junto às suas investidas, metas de impacto social e critérios de mensuração; E que a partir de 2018, realizem uma chamada anual para escolha de gestores com foco na tese de investimento de

	impacto.
Empresas, Fundações e Institutos, e Governo, Incubadoras e aceleradoras, Anprotec.	que até 2020, ao menos 10% das incubadoras e aceleradoras do Brasil se autodeclarem trabalhando com a temática de negócios de impacto em uma fração relevante de seu portfólio e utilizem indicadores para medir impacto socioambiental de seus empreendimentos incubados.
SEBRAE, Empreendedores de Negócios de Impacto, aceleradoras, incubadoras e outros intermediários do campo.	que nos próximos 5 anos o SEBRAE inclua nas suas mais diversas estratégias de formação, conteúdos de finanças sociais e negócios de impacto, para atingir 10.000 mil empreendedores.
IES, Professores, Estudantes graduação e pós-graduação e Agências de Fomento à Pesquisa.	que o meio acadêmico, até 2020, fomente ao menos um curso de formação na área de Finanças Sociais e um em Negócios de Impacto em cada região do país. Sugere-se que agências de fomento à pesquisa (regionais e nacional) explicitem o tema como uma linha (ou sub-linha) de financiamento. Sugere-se que as IES estimulem seus professores a incluírem em suas linhas de pesquisa essa temática.
Banco Central, Comissão de Valores Mobiliários, Organizações intermediárias focadas no desenvolvimento destes instrumentos	que, até o final de 2017, o Banco Central e a CVM, em conjunto com os atores privados atuantes no campo, definam novas regulações que permitam o crescimento dessas plataformas, dentro de um ambiente regulatório seguro e moderno.
Atores da oferta e da demanda de capital, Academia, Entidades avaliadoras e certificadoras	que as organizações do ecossistema de Finanças Sociais e Negócios de Impacto definam um processo e governança para acompanhar o movimento global de criação de um padrão de avaliação de impacto.
Governo Federal, Força Tarefa Brasileira de Finanças Sociais	que até 2016, o Governo Federal crie uma secretaria ou assessoria vinculada a um destes Ministérios - Fazenda, Planejamento ou Casa Civil - responsável por atuar como ponto focal no acompanhamento e articulação da agenda de finanças sociais, tanto para o contexto nacional quanto para o global.
Governos federal, governos estaduais e municipais, operadores com histórico	que o Governo Federal crie um ou mais fundos

e evidência de impacto social, investidores de impacto, auditores/avaliadores independentes, intermediários de finanças sociais	de fomento ao setor, que possam co-financiar, junto com governos estaduais e locais, a estruturação do SIBs no Brasil (estudos de viabilidade, criação de indicadores de impacto, implantação de projetos pilotos, disseminação de resultados, etc.)
---	--

Fonte : FTFS (2017)

Publicado em 2015, o “Mapeamento dos Recursos Financeiros disponíveis no Campo Social do Brasil com o objetivo de identificar recursos potenciais para Finanças Sociais” afirma que foram investidos R\$ 13 bilhões em atividades de Impacto Social com sustentabilidade financeira no Brasil, e o esperado é que até 2020, o montante investido possa chegar a 50 bilhões. O relatório produzido pela FTFS em parceria com a Deloitte e a Fundação Telefônica, corrobora com a ideia da formação de um espaço social com sua definição de ecossistema: “A identificação dos atores de oferta de capital, entendidos como fontes de recursos privados e públicos já disponíveis e que poderiam ser canalizados para financiar o campo social, originou o desenvolvimento de um ecossistema” (FTFS, 2015b). Os agentes principais na entrada de capital econômico no espaço foram mapeados conforme o Quadro 13, com as seguintes categorias: Governo, Organismos nacionais de fomento, Organismos Multilaterais de Crédito, Pessoa Jurídica, Instituições de finanças comunitárias, Fundações e Associações, e Pessoa Física.

Quadro 13: Fontes de recursos para as Finanças Sociais no Brasil de segundo a FTFS

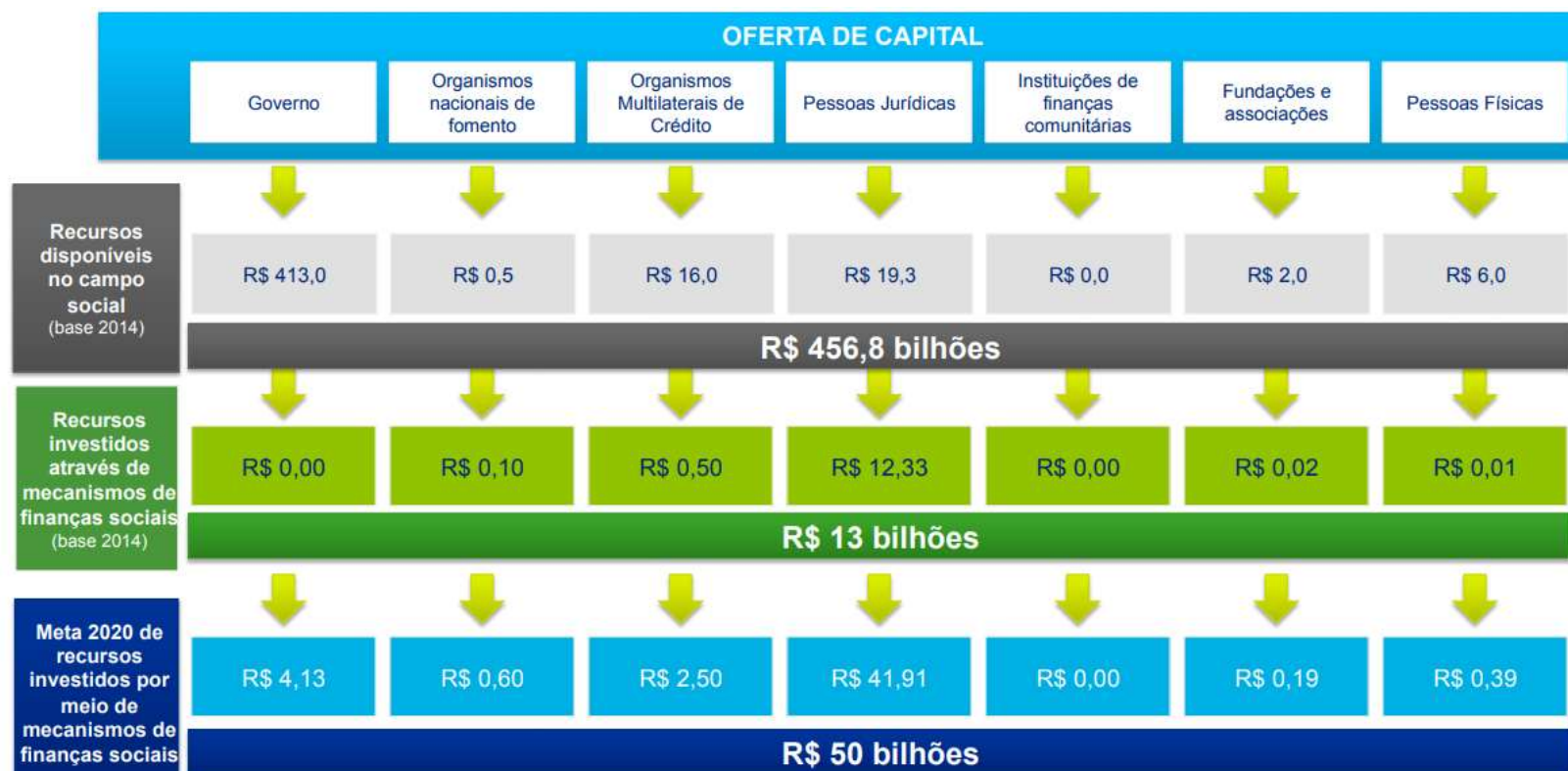
Categoria	Agentes
Governo	Governo Federal
Organismos nacionais de fomento	Bancos de desenvolvimento: BNDES Microcrédito BNDES Finem BNDES Aporte em fundos BNDES recursos não reembolsáveis BNDES Fundo garantidor
Organismos Multilaterais de Crédito	Banco Mundial (BM) Banco Internacional para Reconstruções e Desenvolvimento (BIRD) Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) Corporação Andina de Fomento (CAF) Agência Francesa de Desenvolvimento (AFD) <i>Japan Bank for International Cooperation (JBIC) - Banco Japonês</i> <i>Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) - Banco Alemão</i> <i>Global Environment Facility (GEF)</i>

	Fundo para o Desenvolvimento da Bacia do Prata (Fonplata) Fundo Internacional para Desenvolvimento da Agricultura (FIDA)
Pessoa Jurídica	Empresas Instituições Financeiras Fundos de Investimento
Instituições de finanças comunitárias	Cooperativas de Crédito Cooperativas de Crédito Singulares no Brasil Bancos comunitários
Fundações e Associações	Organizações sem fins lucrativos
Pessoa Física	Doadores individuais

Fonte: Adaptado de FTFS (2015b)

Organismos Multilaterais de Crédito foram considerados organizações formadas por mais de um país, que possuem como um de seus objetivos a concessão de crédito a entidades nacionais e subnacionais, e no Quadro 13 estão as organizações consideradas como as principais organizações com as quais o Brasil mantém cooperação financeira. O resultado final do mapeamento é uma meta para 2020 de recursos para investimento via mecanismos de Finanças Sociais, como esquematizado na Figura 9. Após identificação dos investidores, foram analisadas a destinação dos recursos ofertados, as formas de acessá-los e sua utilização atual, resultando em um levantamento das fontes de recursos privados e públicos já disponíveis.

Figura 9: Meta para 2020 de recursos para investimento por meio de mecanismos de Finanças Sociais



Fonte: Mapeamento dos Recursos Financeiros disponíveis no Campo Social do Brasil com o objetivo de identificar recursos potenciais para Finanças Sociais (FTFS, 2015b)

A partir desse levantamento, a FTFS mapeou os recursos disponíveis, em bilhões de reais, que já são investidos através de mecanismos de Finanças Sociais e então estimou uma meta para 2020, para cada agente, de recursos disponíveis que poderiam ser canalizados para financiar os negócios com Impacto Social através de mecanismos de Finanças Sociais. A meta organizada pela FTFS mostra que apesar do governo não realizar nenhum investimento via mecanismos de Finanças Sociais em 2014, ele poderia investir 4 bilhões de reais até o ano de 2020. As organizações nacionais de fomento, organizações multilaterais de crédito, pessoas jurídicas e físicas, que já realizavam investimentos via Finanças Sociais deveriam aumentar seu investimento. As instituições de finanças comunitárias deveriam continuar sem realizar investimentos já que não apresentavam recursos disponíveis. E as fundações e associações poderiam diminuir seus investimentos. No geral, é possível concluir que a meta estipulada pretende, principalmente, inserir o governo como investidor no espaço.

Como resultado do Lab de Inovação em Finanças Sociais realizado pela FTFS em 2014, surgiu o grupo de Fundações e Institutos de Impacto (FIIMP). Formado por 22 fundações e institutos familiares, corporativos e independentes o grupo nasceu com o intuito de acompanhar e conhecer os resultados de investimentos em negócios de impacto socioambiental, experimentando o uso de diferentes mecanismos financeiros. As organizações que constituem o FIIMP são: Childhood, Fundação BMW, Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza, Fundação Lemann, Fundação Otacílio Coser (FOCO), Fundação Raízen, Fundação Telefônica Vivo, Fundação Tide Setúbal, Fundo Vale, Instituto Ayrton Senna, Instituto Coca-cola, Instituto Cyrela, Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), Instituto EDP, Instituto Holcim, Instituto InterCement, Instituto Phi, Instituto Sabin, Instituto Samuel Klein, Instituto Vedacit, Instituto Votorantim e Oi Futuro. O total arrecadado no grupo é investido em negócios de impacto por meio de dívida conversível (Equity Crowdfunding), dívida e garantia de empréstimo. As organizações Din4mo, BemTeVi e SITAWI foram selecionados como intermediários para o processo de investimento. O Negócio de Impacto Geekie recebeu investimentos por meio da compra de licenças de plataformas e distribuição para a rede pública.

Capítulo 3. O caso Artemisia

Para investigação da Artemisia foram consultados diversos dados secundários: informações publicadas nos próprios sites das organizações foram utilizadas para identificação da estrutura organizacional; a trajetória profissional dos agentes foi analisada através do LinkedIn; e também foram consultadas as informações disponibilizadas pela Receita Federal para todo CNPJ cadastrado, principalmente as informações quanto ao quadro societário das organizações.

A Artemisia, pioneira no fomento de Negócios de Impacto Social no Brasil há mais de uma década, tornou-se uma importante referência no espaço, se autodenominando como uma aceleradora com a missão de inspirar, capacitar e potencializar talentos e empreendedores para a geração de negócios de impacto social (ARTEMISIA, 2017). Fundada em 2004, com atuação em 24 estados brasileiros, a Artemisia é uma associação civil, sem fins econômicos e sem fins lucrativos, com sede na cidade de São Paulo, no bairro Moema. Seu quadro social é constituído por fundadores e efetivos. São considerados membros efetivos aqueles que demonstraram interesse em contribuir efetivamente para a promoção e participação das atividades da Associação, seja por meio de serviços ou recursos financeiros. A organização que se autodenomina como pioneira na disseminação do conceito dos negócios de Impacto no Brasil, iniciou seu programa de aceleração de Negócios Sociais em 2010, com objetivo de selecionar empreendedores com propósito de gerar Impacto Social, e oferecer-lhes suporte na busca de soluções para a consolidação de seus modelos.

A associação tem por objetivo social “inspirar, desenvolver e articular pessoas e instituições para construir uma nova geração de negócios sociais cujos produtos e serviços contribuam para a redução da pobreza e o desenvolvimento social e sustentável”, podendo para tanto:

a) Executar, co-executar ou apoiar a execução mediante a doação de recursos materiais, humanos e/ou financeiros, programas, projetos e ações nas áreas de seu interesse;

b) Produzir e divulgar informações e conhecimento técnicos e científicos, apoio ao desenvolvimento de novas formas de governança, gestão, investimento social privado, que vise o desenvolvimento econômico e sustentável;

c) Formar uma rede de pessoas, instituições públicas, privadas ou do terceiro setor que promovam e desenvolvam as atividades mencionadas neste artigo, dentro e fora do território nacional, para que possam se beneficiar de experiências mútuas;

d) Promover, apoiar e desenvolver a pesquisa, o estudo, a cultura e o ensino, inclusive, por meio de treinamento técnico, de publicações, edição, própria ou por meio de terceiros, de livros e revistas de natureza técnica, cultural e artística, vídeos e quaisquer outros meios de divulgação e comunicação, dentro das necessidades inerentes as atividades da Associação;

e) Promover e patrocinar cursos, palestras, simpósios, conferências e eventos congêneres visando o alcance de seu objetivo social;

f) Promover campanhas de arrecadação de fundos para promoção e apoio de suas atividades inclusive por meio de prestação de serviços, comercialização de mercadorias, fundos patrimoniais, fundos de investimentos e/ou aplicações financeiras, visando sua auto sustentabilidade e fomento de novas iniciativas sociais e;

g) Praticar quaisquer atos e atividades lícitos para a execução de seus objetivos, desde que previamente aprovados pela Diretoria Executiva e ratificados pela Assembleia Geral.

O patrimônio da associação, adquiridos sob a forma de doações, legados, subvenções, auxílios, ou de qualquer outra forma lícita, deve ser administrado e utilizado apenas para o estrito cumprimento das suas finalidades sociais, sendo vedada a distribuição de qualquer parcela de seu patrimônio, receita e eventuais excedentes operacionais, dividendos, brutos ou líquidos, entre os associados, diretores, instituidores, benfeitores, conselheiros, patrocinadores ou qualquer outra pessoa física ou jurídica.

O slogan presente em seu manifesto e em diversos materiais de divulgação da organização é direcionado aos empreendedores e investidores: “Entre ganhar dinheiro e fazer a diferença, escolhemos ficar com os dois”. Como resultado dos últimos 6 anos de atuação, mais de 27 milhões de pessoas foram impactadas pelos negócios acelerados pela Artemisia. Dos 91 negócios acelerados 48% receberam investimento, totalizando mais de 65 milhões de reais em investimentos articulados pela aceleradora. Só no último ano foram articulados 15 milhões de reais em investimentos. Além do programa de

aceleração, a Artemisia tem outras iniciativas como o Movimento CHOICE, o ARTEMISIA Lab, cursos online, eventos temáticos com parceiros e consultoria para projetos institucionais como, por exemplo, os projetos realizados no SESC e no Grupo Tenda Atacado.

O programa de aceleração tem duração de 6 meses e oferece serviços a empresas de todo o Brasil que apresentem Impacto Social em seus resultados além de conectá-las a possíveis investidores. Quatro módulos são implementados como parte do programa: Modelo de negócio; Impacto Social; Marketing & Vendas; e Acesso a investimento. As inscrições são realizadas online e os interessados devem preencher um formulário com informações pessoais, da organização e os estágios em que o negócio se encontra. O investimento para a participação no processo de aceleração da turma de 2017 é de R\$15.000,00. Todo ano uma turma é acelerada e tem entre 12 e 15 empresas participantes. A aceleradora destaca que não cobra participação acionária das empresas aceleradas e subsidia os custos do programa de aceleração, sendo o valor de investimento uma taxa de comprometimento dos empreendedores. Após inscrição, os interessados são escolhidos de acordo com 4 critérios de seleção: Impacto Social, empreendedores, potencial de escala e estágio de maturidade. Os negócios devem obrigatoriamente: oferecer produtos e serviços para a população de baixa renda, preferencialmente nas áreas de saúde, educação, habitação e serviços financeiros; ser lucrativos e escaláveis, com potencial de atender milhares de pessoas das classes CDE; estar nas fases desde testes de protótipo/produto no mercado até *startups* com produtos lançados buscando rápido crescimento. Além do histórico do empreendedor, a aceleradora afirma buscar por empreendedores que “tenham intenção genuína de mudar o Brasil para melhor”.

Negócios que passaram pela aceleração da Artemisia foram vencedores de importantes prêmios como o de "Empreendedor do Ano" da Fundação Schwab em 2015; programa SAP Expoentes, da SAP Forum em parceria com a Endeavor 2015; prêmio Top Educação; concurso *Acelera Startup*, organizado pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e pelo Comitê Acelera FIESP (CAF); WSA, a maior premiação de conteúdo digital do mundo; Prêmio Empreendedor Social realizado pela Folha de S.Paulo em parceria com a Fundação Schwab; Prêmio SESI SENAI LIDE Educação promovido pelo

Grupo de Líderes Empresariais; etapa Brasil do IBM SmartCamp 2013, programa global de empreendedorismo da IBM; título de melhor aplicativo de inclusão social do mundo durante o prêmio *World Summit Award Mobile* 2013, realizado pela ONU; EIF - *Latin American Impact Economy Innovations Fund*, concedido pela *Rockefeller Foundation*, *Omidyar Network*, *Fundación Avina* e *Avina Americas*; programa Start-Ed da Fundação Lemann. Também como formas de reconhecimento, a associação integra o Conselho Nacional da Semana Global de Empreendedorismo composto por 10 organizações responsáveis pela estratégia do movimento a nível nacional; foi reconhecida como um case de sucesso da NESTA - organização referência em inovação social na Inglaterra em 2014; teve sua conselheira nomeada como líder global em 2014 na Universidade de Yale.

A aceleradora conta com os parceiros: Potencia Ventures, Fundo Socioambiental Caixa, Omidyar Network, Facebook e Ford Motor Company Fund, Instituto Sabin, Instituto AES, Banco Interamericano de Desenvolvimento, Fundação Lemann, Fundação Cargill, Pinheiro Carrenho Advocacia, Fundação Arymax, YOD Consultoria, Plugin Contábil e NELM Advogados, UN Global Compact, Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (CEATS), Aspen Institute, FGV, Instituto de Pesquisas Ecológicas (IPE), Porto Digital, os prêmios Empreendedor Social e Empreendedor Social do Futuro da Folha de São Paulo, Brasil Júnior, AIESEC e Social Good Brasil.

De acordo com a Artemisia (ARTEMISIA, 2017), Negócios Sociais são empresas que oferecem, de forma intencional, soluções escaláveis para problemas sociais da população de baixa renda. Possuem como características principais: Foco na baixa renda; Missão explícita de causar impacto social e são geridos por empreendedores éticos e responsáveis; Potencial de escala; Rentabilidade; Impacto social relacionado à atividade principal; Distribuição ou não de dividendos.

3.1 Investidores

Os investidores, chamados pela Artemisia de fundo parceiro, apresentados na Figura 10, são formados pelo conjunto de seis organizações: Acelera Partners, LGT, Vox Capital, virtuose, MOV Investimentos e Village Capital.

Figura 10: Níveis de análise dos investidores Artemisia



Fonte: Elaboração própria

Os fundos de investimento *Acelera Partners*, *Vox Capital* e *MOV Investimentos* são organizações brasileiras, enquanto *LGT* e *Village Capital* são organizações internacionais. A organização *virtuose* não possui nenhuma forma de divulgação ou disponibiliza qualquer informação sobre a empresa, não participando, portanto, da análise. Todavia, foram encontradas informações sobre o fundo em diversas reportagens de revistas e jornais, afirmando que se trata de um Fundo de Investimento em Participações criado pela família Gradin, sócia do grupo Odebrecht. As demais empresas possuem sites institucionais e divulgam as organizações em que realizaram investimentos, conforme Quadro 14.

Quadro 14: Portfolio dos Investidores Artemisia

Investidor	Portfólio
Acelera Partners	ASAPP
Acelera Partners	BLZ
Acelera Partners	BrasilbyBus
Acelera Partners	BRAZILBIZ
Acelera Partners	Brused
Acelera Partners	CargoBR
Acelera Partners	CONVENI
Acelera Partners	CUPONERIA
Acelera Partners	DEVICE LAB
Acelera Partners	dod
Acelera Partners	DR. RECOMENDA
Acelera Partners	EASY QASA
Acelera Partners	ELO CONCURSOS
Acelera Partners	Eventick

Acelera Partners	Fundacity
Acelera Partners	Hiper
Acelera Partners	HOMEcredi
Acelera Partners	InfoPrice
Acelera Partners	Kaplen
Acelera Partners	LIVRO DE RESERVAS
Acelera Partners	LOVEMONDAYS
Acelera Partners	MobGeek
Acelera Partners	MOTONOW
Acelera Partners	Navegatum
Acelera Partners	NAZAR
Acelera Partners	NOSSO CAPITAL
Acelera Partners	PET ANJO
Acelera Partners	PokerMetrics
Acelera Partners	Profes
Acelera Partners	SALESIM
Acelera Partners	Shipfy
Acelera Partners	SkyHub
Acelera Partners	SquidFacil
Acelera Partners	VaiVolta
Acelera Partners	WIDOW GAMES
Acelera Partners	WIKI4FIT
LGT	dr. consulta
LGT	General Water
MOV Investimentos	Biofílica
MOV Investimentos	EBES
MOV Investimentos	Terra Nova
MOV Investimentos	TriCiclos
MOV Investimentos	Tuneduc
Vox Capital	Aondê
Vox Capital	Avante
Vox Capital	Magnamed
Vox Capital	Plano CDE
Vox Capital	ProRadis

Vox Capital	Tamboro
Vox Capital	TEM
Vox Capital	ToLife

Fonte: Elaboração própria

O portfólio dos cinco investidores totaliza 51 empresas, sendo que não foi encontrada nenhuma empresa brasileira no portfólio do investidor *Village Capital*. Não há empresas repetidas nos portfólios dos investidores, mostrando que uma mesma empresa não recebeu investimento de mais de um investidor. Quando cruzamos o portfólio dos investidores com o portfólio Artemisia, encontramos as empresas que passaram pela aceleração Artemisia e que receberam investimento de um dos investidores, conforme Quadro 15.

Quadro 15: Cruzamento do portfólio da Artemisia e dos Investidores

Acelerada Artemisia	Investidor
Aondê	VOX Capital
ASAPP	Acelera Partners
Avante	VOX Capital
Biofíllica	MOV Investimentos
BLZ	Acelera Partners
BrasilbyBus	Acelera Partners
BRAZILBIZ	Acelera Partners
Brused	Acelera Partners
CargoBR	Acelera Partners
CONVENI	Acelera Partners
CUPONERIA	Acelera Partners
DEVICE LAB	Acelera Partners
dod	Acelera Partners
dr. consulta	LGT
DR. RECOMENDA	Acelera Partners
EASY QASA	Acelera Partners
EBES	MOV Investimentos
ELO CONCURSOS	Acelera Partners
Eventick	Artemisia
Eventick	Acelera Partners
Fundacity	Artemisia

Fundacity	Acelera Partners
General Water	Artemisia
General Water	LGT
Hiper	Acelera Partners
HOMEcredi	Acelera Partners
InfoPrice	Acelera Partners
Kaplen	Acelera Partners
LIVRO DE RESERVAS	Acelera Partners
LOVEMONDAYS	Acelera Partners
Magnamed	VOX Capital
MobGeek	Acelera Partners
MOTONOW	Artemisia
MOTONOW	Acelera Partners
Navegatum	Artemisia
Navegatum	Acelera Partners
NAZAR	Artemisia
NAZAR	Acelera Partners
NOSSO CAPITAL	Artemisia
NOSSO CAPITAL	Acelera Partners
PET ANJO	Acelera Partners
Plano CDE	VOX Capital
PokerMetrics	Acelera Partners
Profes	Acelera Partners
ProRadis	VOX Capital
SALESIM	Acelera Partners
Shipfy	Artemisia
Shipfy	Acelera Partners
SkyHub	Artemisia
SkyHub	Acelera Partners
SquidFacil	Artemisia
SquidFacil	Acelera Partners
Tamboro	VOX Capital
TEM	VOX Capital
Terra Nova	MOV Investimentos

ToLife	VOX Capital
TriCiclos	MOV Investimentos
Tuneduc	MOV Investimentos
VaiVolta	Acelera Partners
WIDOW GAMES	Acelera Partners
WIKI4FIT	Acelera Partners

Fonte: Elaboração própria

O cruzamento do portfólio dos Investidores com o portfólio da Artemisia mostra que o Acelera Partners é o fundo parceiro que mais investiu nas empresas aceleradas pela Artemisia, um total de 36 empresas. O Quadro 16 mostra o número de empresas aceleradas que fazem parte do portfólio dos Investidores.

Quadro 16: Número de empresas aceleradas que fazem parte do portfólio dos Investidores

Investidor	Nº de Aceleradas Artemisia
Acelera Partners	36
VOX Capital	8
MOV Investimentos	5
LGT	2

Fonte: Elaboração própria

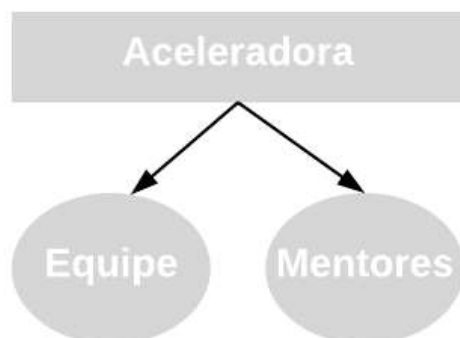
O investidor *Acelera Partners* é um fundo de investimento da Microsoft Ventures e engloba o fundo Brasil Aceleradora de Startups (FIP), a aceleradora Aceleratech e o Fundo Micro-VC (Brasil Aceleradora de Startups FIP). É uma empresa de investimentos de capital 100% nacional, criada com o objetivo de “promover o empreendedorismo e a inovação através de uma rede de aceleração empresarial de valor compartilhado” e seu site institucional e todas as informações disponíveis estão no idioma inglês. A MOV Investimentos se define como uma gestora brasileira de investimentos de impacto, com a missão de “investir e co-criar empresas inovadoras que ofereçam oportunidades a uma população menos favorecida e/ou promovam o uso sustentável de recursos naturais”. O LGT se define como um investidor de impacto que “busca atingir retornos financeiros atraentes e impacto sociável positivo mensurável e positivo. Com sede na Suíça e em Londres, a empresa tem equipes na América Latina (Brasil), África Oriental (Quênia), Índia e Reino Unido. A Vox Capital aporta capital financeiro e intelectual em troca de 20% a 35% da participação acionária

da empresa investida com objetivo de “melhorar as formas atuais de prestação de serviços nos setores de saúde, educação e serviços financeiros”. O ultimo Investidor, a Village Capital é uma empresa sediada em Washington com atuação nos Estados Unidos, África subsaariana, Ásia, Oriente Médio, e Europa, com objetivo de “encontrar, treinar e investir em empreendedores empenhados em resolver problemas do mundo real, criando comunidades em torno de empreendedores e seus empreendimentos para melhorar as oportunidades de crescimento e sucesso”.

3.2 Aceleradora

No nível de análise da aceleradora, conforme ilustrado na Figura 11, a estrutura organizacional considerada é composta pela 1) equipe interna da organização, chamada pela Artemisia de Equipe e Conselho e pela 2) rede de mentores que atuam como uma espécie de consultores no processo de aceleração.

Figura 11: Níveis de análise da aceleradora Artemisia



Fonte: Elaboração própria

3.2.1 Equipe Artemisia

A equipe interna da Artemisia conta com 21 colaboradores, conforme apresentado no Apêndice 4, com as funções descritas pela própria organização: Analista de Negócios; Administrativo Financeiro; Atendimento; Busca & Seleção; Comunicação & Marketing; Consultoria Estratégica e Advisor da Potencia Ventures; Conselheiro Fiscal; Diretoria Executiva; Diretora-Executiva Anjos Do Brasil/Fundadora Mia; Fundadora e Presidente do Conselho; Gerente Administrativo Financeiro; Gerente de Projetos; Gerente de Relações Institucionais; Gestor de Negócios e Aceleração; Parcerias; Projetos.

A análise da trajetória profissional dos colaboradores Artemisia contém, para cada ator, dados sobre: o tempo de carreira (T) calculado a partir do ano do seu primeiro emprego; as empresas em que trabalhou; e o tipo de trajetória (Tipo) - categoria criada para análise das trajetórias profissionais de acordo com atuação em empresas de lógica tradicional ou de impacto. O Quadro 17 mostra as categorias de tipo de trajetória e sua descrição.

Quadro 17: Categorização de trajetórias profissionais

Tipo	Descrição
1	Iniciou sua carreira na lógica tradicional e migrou para lógica de impacto
2	Iniciou sua carreira na lógica tradicional e empreende na área de impacto
3	Manteve-se na lógica tradicional de sua área de formação
4	Iniciou sua carreira e permaneceu na lógica de impacto
5	Iniciou sua carreira e empreende na lógica de impacto

Fonte: Elaboração própria

A categorização dos tipos de trajetórias profissionais tem o intuito de identificar o caminho percorrido por cada agente, verificando se o mesmo: iniciou sua carreira na lógica tradicional e migrou para lógica de impacto, ou seja, no início de sua carreira atuou em empresas tradicionais e depois passou a atuar em empresas que buscam impacto social; iniciou sua carreira na lógica tradicional e posteriormente se tornou fundador, co-fundador ou sócio de empresas na área de impacto social; manteve-se na lógica tradicional de sua área de formação sem atuar em empresas que buscam impacto social, o que no caso foram as áreas de educação, saúde, finanças, publicidade, direito, tecnologia, cosméticos e setor florestal; iniciou sua carreira e permaneceu em empresas com lógica de impacto; iniciou sua carreira e se tornou fundador, co-fundador ou sócio de empresas com lógica de impacto. O Apêndice 4 apresenta a trajetória profissional completa da equipe Artemisia.

A variável Tipo de Trajetória mostra que a maioria da equipe Artemisia, 10 integrantes, iniciou sua carreira na lógica tradicional e migrou para lógica de impacto. Seguidos de 8 integrantes que iniciaram sua carreira e permaneceram na lógica de impacto. Enquanto apenas 1 integrante iniciou sua carreira na lógica tradicional e empreende na área de impacto, 1 integrante manteve-se na lógica tradicional de sua área de formação, atuando apenas como Conselheiro Fiscal na Artemisia, mas com sua carreira focada na área da Educação, e 1

integrante que além de ter iniciado sua carreira na lógica de impacto, também empreende na área de impacto. Considerando que dos 21 integrantes da equipe, 10 iniciaram a carreira na lógica tradicional e depois entraram no espaço da lógica de impacto e 8 deles já iniciaram a carreira no espaço onde a lógica de impacto era predominante, é possível concluir que profissionais de ambas as esferas, tradicional e de impacto, constituem a equipe em proporções próximas. O Tipo de Trajetória de cada cargo da equipe segue no Quadro 18.

Quadro 18: Tipo de trajetória da equipe Artemisia

Tipo de trajetória	Cargo
1	Projetos
1	Parcerias
1	Gestor De Negócios E Aceleração
1	Comunicação & Marketing
1	Aceleradora
1	Conselheiro Fiscal
1	Comunicação & Marketing
1	Aceleradora - Analista De Negócios
1	Gerente De Relações Institucionais
1	Administrativo Financeiro
2	Diretora-Executiva Anjos Do Brasil/Fundadora Mia
3	Conselho Fiscal
4	Comunicação & Marketing
4	Busca & Seleção
4	Gerente Administrativo Financeiro
4	Atendimento
4	Diretora Executiva
4	Gerente de Projetos
4	Busca e Seleção
4	Cons. Estrat. e Advisor da Potencia Ventures
5	Fundadora e Presidente do Conselho

Fonte: Elaboração própria

Deve-se considerar que os cargos de Comunicação & Marketing, Conselho Fiscal, Busca & Seleção e Gerente Administrativo Financeiro são ocupados por profissionais que iniciaram sua carreira na Artemisia, não tendo,

portanto, experiência profissional anterior. A variável Tempo de Carreira (T), que calcula o tempo de carreira de cada colaborador de acordo com o ano de seu primeiro emprego, mostra que os profissionais integrantes do conselho possuem mais de 15 anos de carreira, enquanto os demais têm em média 5 anos de carreira, como mostra o Quadro 19.

Quadro 19: Tempo de carreira da equipe Artemisia

Função	Cargo	T
Diretora-Executiva Anjos Do Brasil/Fundadora Mia	Conselho	27
Conselho Fiscal	Conselho	18
Cons. Estrat. E Advisor Da Potencia Ventures	Conselho	17
Gerente De Relações Institucionais	Conselho	16
Conselheiro Fiscal	Conselho	15
Diretora Executiva	Equipe	11
Projetos	Equipe	8
Gestor De Negócios E Aceleração	Equipe	8
Comunicação & Marketing	Equipe	8
Fundadora E Presidente Do Conselho	Equipe	8
Parcerias	Equipe	7
Aceleradora - Analista De Negócios	Equipe	7
Gerente Administrativo Financeiro	Equipe	7
Aceleradora	Equipe	5
Comunicação & Marketing	Equipe	5
Gerente De Projetos	Equipe	5
Busca & Seleção	Equipe	4
Busca E Seleção	Equipe	4
Administrativo Financeiro	Equipe	3
Comunicação & Marketing	Equipe	2
Atendimento	Equipe	1

Fonte: Elaboração própria

A trajetória acadêmica da equipe Artemisia foi analisada e os dados completos seguem no Apêndice 4. Todos os integrantes da equipe possuem curso de graduação e apenas 12 possuem pós-graduação. A USP foi a universidade com maiores egressos na equipe Artemisia, com 11 profissionais, seguida do Insper, com 4 e FGV, Mackenzie e Unicamp com 3 egressos cada. A

nível internacional estão as instituições *Harvard*, *American University Washington*, *HEC Paris* e *Yale University*, como mostra o Quadro 20.

Quadro 20: Instituições de ensino superior cursadas pela equipe Artemisia

Instituição de Ensino Superior	Nº de egressos
USP	11
Insper	4
FGV	3
Mackenzie	3
UNICAMP	3
ESPM	2
<i>Harvard</i>	2
<i>American University de Washington</i>	1
Centro Universitário Belas Artes de São Paulo	1
Especialização Fundação Dom Cabral	1
Faculdade Casper Líbero	1
Faculdades Integradas Rio Branco	1
FECAP	1
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado	1
<i>HEC Paris</i>	1
UNIFAI	1
<i>Yale University</i>	1
<i>Yunus ESPM Social Business Centre</i>	1

Fonte: Elaboração própria

A área da formação acadêmica dos profissionais integrantes da equipe Artemisia não é homogênea, apesar do curso de Administração ter sido a escolha de mais de 30% da equipe, como mostra o Quadro 21.

Quadro 21: Área de formação acadêmica da equipe Artemisia

Área de formação	Nº de profissionais
Administração	12
Marketing	3
Economia	2
Engenharia de Alimentos	2
Relações Internacionais	2
Avaliação de Programas Sociais	1
Comunicação Social	1
Controladoria de Gestão	1
Design Gráfico	1
Direito	1
Empreendedorismo	1
Engenharia Elétrica	1
Filosofia	1
Finanças Comportamentais	1
Gestão Ambiental	1
Gestão de Negócios Socioambientais	1
Gestão Financeira de Negócios	1
Gestão Socioambiental para a Sustentabilidade	1
Investimento em Negócios de Impacto Socioambiental	1
Jornalismo	1
Negócios Sociais e Inclusivos	1
Odontologia	1
Relações Públicas	1

Fonte: Elaboração própria

Apenas 5 profissionais tiveram formação na área específica de impacto social e foram elas: Especialização Avaliação de Programas Sociais, MBA em Gestão de Negócios Socioambientais, Mestrado Gestão Socioambiental para a Sustentabilidade na USP, Investimento em Negócios de Impacto Socioambiental no Insper e o curso de Negócios Sociais e Inclusivos no *Yunus Social Business Centre*.

3.2.2 Mentores Artemisia

No programa de aceleração Artemisia, um grupo de consultores atua diretamente com os participantes, é a chamada rede de mentores e de acordo com a definição da Artemisia: “Os mentores são empreendedores, executivos e lideranças com experiência comprovada em sua trajetória profissional que ajudam o empreendedor a enxergar aspectos novos de seu negócio, questionam premissas pré-estabelecidas, abrem portas comerciais e compartilham experiências e informações, de forma voluntária”.

A rede de mentores Artemisia conta com 43 profissionais que foram analisados da mesma forma que a equipe Artemisia, por meio da análise da trajetória profissional que contém, para cada ator, dados sobre: o tempo de carreira (T) calculado a partir do ano do seu primeiro emprego; as empresas em que trabalhou; e o tipo de trajetória (Tipo) - categoria criada para análise das trajetórias profissionais de acordo com atuação em empresas de lógica tradicional ou de impacto. Apenas um integrante da rede não possui currículo online no LinkedIn, a mentora Silvana Moraes, que ficou, portanto, fora da análise. O Quadro 22 apresenta a variável Tempo, que calcula o tempo de carreira de cada mentor de acordo com o ano de seu primeiro emprego e a variável que analisa o Tipo de Trajetória.

Quadro 22: Tempo de carreira da rede de mentores Artemisia

Mentor	T	Trajetória
Thiago Rached Pereira	2	1
Gilberto Ribeiro	2	1
Roberto Liporace	3	1
Leonardo Teixeira	3	1
Raphael Anunciação	4	2
Ana Flávia Castro	6	2
Fernando Fernandes	6	2
Renato Migrone	6	2
Eduardo Marino	6	2
Ronaldo Tenório	7	2
Vanessa Pancheri	8	2
Carolina Piza	8	2
Lyu Tsukada	9	3

Dario Guarita Neto	10	3
Rafael Visconti	10	3
Denis Nakahara	11	3
Kim Machlup	11	3
Marcelo Nakagawa	13	3
Helena Hasselmann	13	3
Pedro Ferreira	13	3
Rodrigo Brito	13	3
Fabio Deboni	14	3
Cristiana Assumpção	15	3
Guilherme Pasculli	15	3
Diego Garcez	16	3
Haroldo Torres	16	3
Vivianne Naigeborin	17	3
Marcelo Rocha (Dj Bola)	17	3
Erik Cavalcante	18	3
Guilherme De Almeida Prado	18	3
Álvaro Cruz	18	3
Ewaldo Mario Kuhlmann Russo	19	3
Jefferson Santos	19	3
Luciana Aguiar	19	4
Heloisa Mesquita	20	4
Paulo Purchio	20	4
Flávia Doria	21	4
Marco Gorini	21	4
Carlos Henrique Pegurier	23	5
Adriana Friedmann	27	5
Anna Maria Chiesa	29	5
Valmir Pereira	44	5

Fonte: Elaboração própria

O tempo de carreira da rede de mentores mostra que apesar de quase 70% dos integrantes da rede terem 10 anos ou mais de carreira, há mentores que com apenas 2 anos de carreira. O Tipo de Trajetória mostra que 21 dos profissionais da rede de mentores Artemisia se manteve na lógica tradicional de

sua área de formação. Para os demais integrantes da rede de mentores Artemisia, foram verificados 8 profissionais com o tipo 2 de trajetória, que iniciaram sua carreira na lógica tradicional, mas empreendem na área de impacto; 5 integrantes com o tipo 4, que iniciaram a carreira no social e permaneceram em empresas da mesma lógica; 4 integrantes com o tipo 5, que indica quem começou no social e também empreendeu no social; e também 4 integrantes para o tipo 1 de trajetória, que iniciou a carreira na lógica tradicional e mudou para empresas com lógica social no decorrer da carreira.

A análise da formação acadêmica da rede de mentores, com os dados coletos por completo no Apêndice 4, mostra que dos 42 integrantes da rede apenas 1 não possui curso de graduação, todos os demais possuem graduação e 37 possuem pós-graduação. O Quadro 23 mostra as instituições de ensino superior cursadas pelos mentores.

Quadro 23: Instituições de ensino superior cursadas pelos mentores Artemisia

Instituição de Ensino Superior	Nº de egressos
USP	23
ESPM	9
PUC	6
FGV	5
Columbia University	4
Mackenzie	4
Insper	3
UFMG	3
UnB	3
Cornell Bridge University	2
F.W. Olin Graduate School of Business	2
Fundação Armando Álvares Penteado	2
Fundação Dom Cabral	2
Harvard Business School	2
Instituto Brasiliense de Direito Público - IDP	2
Stanford University	2
UFRJ	2
UNIFESP	2
University of California, Berkeley	2

University of Pennsylvania	2
Yale University	2
Anauhac University	1
China Europe International Business School	1
City University of New York	1
CRP	1
CTC Veda	1
DeVry	1
FAAP	1
Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de São Paulo	1
Faculdade Mauricio de Nassau	1
Faculdade Integradas do Recife	1
Fundação Casper Líbero	1
Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo	1
Instituto Brasileiro de Governança Corporativa	1
Ibmec	1
Indian School of Business	1
Københavns Universitet	1
Massachusetts Institute of Technology	1
McGill University	1
The Hebrew University of Jerusalem	1
The Aspen Institute	1
UCLA Anderson School of Management	1
UERJ	1
UFAL Universidade Federal de Alagoas	1
UFPR	1
UFRGS	1
UNESP	1
UNICAMP	1
Universidad de Salamanca	1
Universidad Santiago de Compostela	1
Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal	1
Universidade Santa Ursula	1

University of Pittsburgh Katz Graduate School of Business	1
Wirtschaftsuniversität Wien	1
IESE Business School	1

Fonte: Elaboração própria

Assim como na equipe Artemisia, a USP foi a universidade com maiores egressos também na rede de mentores, com 23 egressos. A instituição ESPM é a segunda instituição mais recorrente, com 9 egressos. Seguida da PUC com 6, FGV com 5, Columbia University e Mackenzie com 4, e com 3 a Mackenzie, Insper, UFMG e UnB. Foram verificadas 23 instituições internacionais, com um total de 33 cursos de graduação e pós graduação, sendo elas: *Anauhac University, China Europe International Business School, City University of New York, Columbia University, Cornell Bridge University, F.W. Olin Graduate School of Business, Harvard Business School, IESE Business School, Indian School of Business, Københavns Universitet, Massachusetts Institute of Technology, McGill University, Stanford University, The Hebrew University of Jerusalem, The Aspen Institute, UCLA Anderson School of Management, Universidad de Salamanca, Universidad Santiago de Compostela, Berkeley University of California, University of Pennsylvania, University of Pittsburgh Katz Graduate School of Business, Wirtschaftsuniversität Wien e Yale University*. A área de formação acadêmica da rede de mentores segue no Quadro 24.

Quadro 24: Área de formação acadêmica da rede de mentores Artemisia

Área de formação	Nº de profissionais
Administração	21
Direito	7
Marketing	7
Economia	6
Finanças	5
Inovação	5
Antropologia	4
Arquitetura	3
Global CEO Program	3
Psicologia	3
Saúde Pública	3
Liderança	3

Ciência da Computação	2
Ciências Sociais	2
Empreendedorismo	2
Engenharia Elétrica	2
Engenharia Industrial	2
Engenharia Química	2
Gestão de Políticas Públicas	2
Instructional Technology and Media	2
Medicina	2
Venture Capital	2
Administração Hospitalar, Auditoria e Sistemas de Saúde	1
Ciências Biológicas	1
Computer and Education	1
Demografia	1
Educação Ambiental	1
Engenharia Agrônoma	1
Engenharia de Produção	1
Estudos Brasileiros: Sociedade, Cultura e Política	1
Filantropia	1
Governança Corporativa	1
História	1
Investimento em Negócios de Impacto Social	1
Jornalismo	1
Liderança em Organizações Sem Fins Lucrativos	1
Management of Technology	1
Metodologia de Ensino	1
Negócios Sociais	1
Neuropsicologia	1
Odontologia	1
Pedagogia	1
Recursos Florestais	1
Relações Internacionais	1
Responsabilidade Social Corporativa e Terceiro Setor	1

Yale World Fellow Program	1
Zootecnia	1

Fonte: Elaboração própria

A área de formação acadêmica da rede de mentores Artemisia, assim como da equipe Artemisia, também não é homogênea, com a maior concentração na área de Administração, seguida do Direito, Marketing e Economia. Apenas 7 tiveram formação ligada diretamente a lógica de impacto, com os cursos de: Liderança em Organizações Sem Fins Lucrativos, Responsabilidade Social Corporativa e Terceiro Setor, Filantropia, Investimento em Negócios de Impacto Social, Liderança em Organizações Sem Fins Lucrativos, Negócios Sociais e Responsabilidade Social Corporativa e Terceiro Setor.

3.3 Empresas aceleradas

O nível de análise que investiga as empresas aceleradas é composto pelo portfólio da Artemisia, presente no Apêndice 5, disponibilizado no site da organização e com último acesso no dia 09 de outubro de 2017, onde são apresentadas as empresas que participaram do programa de aceleração da Artemisia desde o ano de 2010, num total de 87 organizações. O Quadro 25 mostra os dados coletados de cada empresa.

Para cada empresa acelerada pela Artemisia foram coletados os dados: Nome fantasia da organização; Área de atuação; Presença do termo Negócio Social ou similar nas informações institucionais disponíveis no site próprio da empresa; Localização; Código da natureza jurídica/constituição jurídico-institucional da empresa; Principal atividade econômica; Valor estabelecido pelos sócios ou acionistas no momento da abertura para o início das atividades e manutenção da organização; Data de abertura; Data que passou pelo programa de aceleração da Artemisia; Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ); e Razão Social. A chave das buscas foi o CNPJ de cada empresa, pois a Receita Federal⁴ disponibiliza os dados do CNPJ através de um aplicativo de buscas online que dá livre acesso às informações da empresa e seu quadro societário. A coleta de dados completa segue no Apêndice 5.

⁴ Receita Federal. Disponível em: <http://idg.receita.fazenda.gov.br/programas-para-download/dispositivos-moveis/app-cnpj>. Acesso em 23/12/2017.

Quadro 25: Coleta de dados das empresas aceleradas pela Artemisia

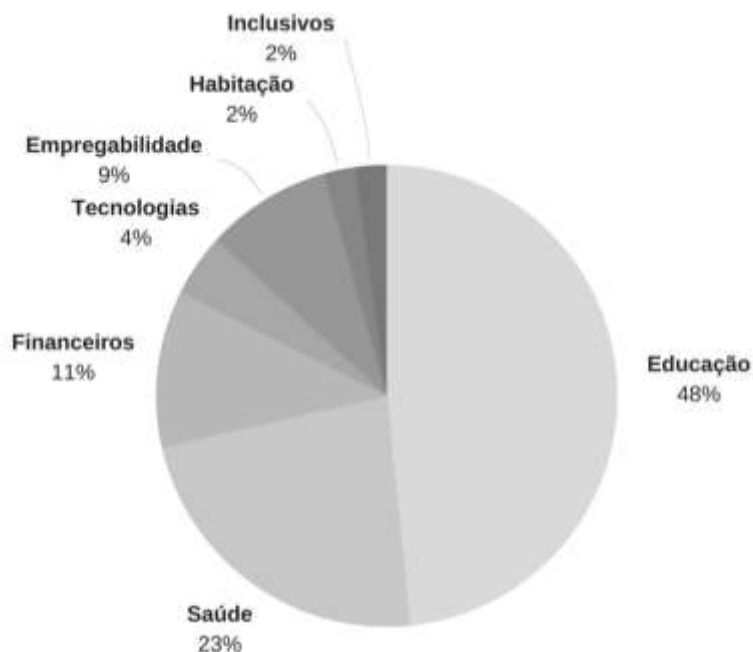
Nome	Nome fantasia da organização
Área	Área de atuação
Descrição	Presença do termo Negócio Social ou similar nas informações institucionais disponíveis no site próprio da empresa
Cidade	Localização
Estado	
Natureza jurídica	Código da natureza jurídica/constituição jurídico-institucional da empresa
Atividade	Principal atividade econômica
Investimento inicial	Valor estabelecido pelos sócios ou acionistas no momento da abertura para o início das atividades e manutenção da organização
Data Fundação	Data de abertura
Data Artemisia	Data que passou pelo programa de aceleração da Artemisia
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
Razão Social	Atributo legal que consta na escritura ou no documento de constituição da pessoa jurídica

Fonte: Elaboração própria

A Figura 12 mostra o gráfico da distribuição das empresas aceleradas de acordo com as áreas de atuação seguindo as categorias originais criadas pela própria Artemisia em seu portfólio: Educação; Saúde; Serviços Financeiros; Tecnologias Assistivas; Empregabilidade; Habitação; Negócios Inclusivos;

Infraestrutura; Outros. A Educação se mostrou como área prioritária, já que das 87 empresas aceleradas 44 atuam com foco principal na Educação.

Figura 12: Gráfico das áreas de atuação das empresas aceleradas segundo as categorias criadas pela Artemisia



Fonte: Elaboração própria.

A segunda e terceira áreas de atuação principais são respectivamente a Saúde, com 21 empresas, e a área de Serviços Financeiros com 10 empresas. As áreas de menor prioridade são as de Tecnologias Assistivas com 4 empresas, Empregabilidade, Habitação e Negócios Inclusivos com 2 empresas cada, e a área de Infraestrutura com 1 empresa. A categoria Outros contém apenas 1 empresa, atuante na área de políticas públicas.

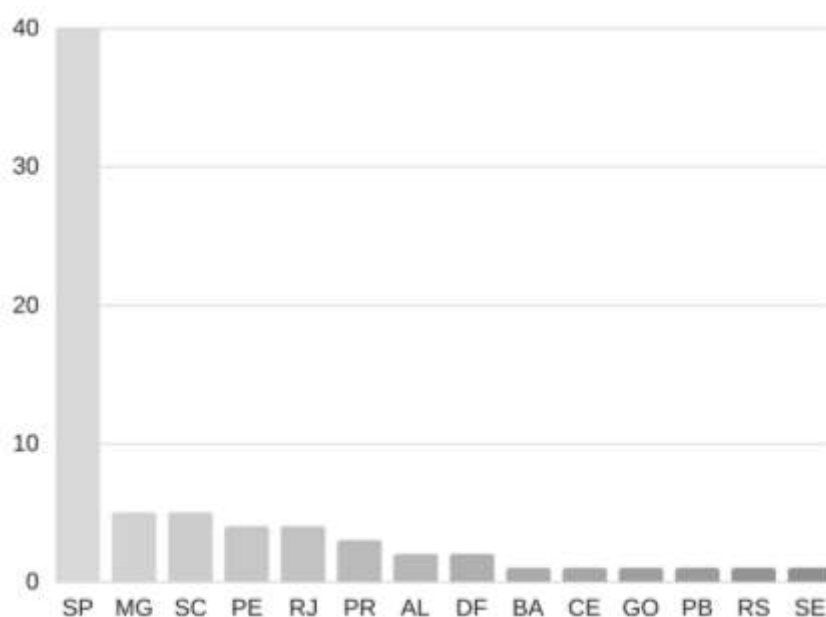
Das 87 empresas aceleradas, 16 empresas não foram consideradas nas análises seguintes porque tiveram o CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) baixado devido a extinção ou por não terem sido encontradas nenhuma informação sobre a mesma além da sua citação no portfólio, resultando então num total de 71 organizações para análise.

A variável Descrição buscou a presença do termo Negócio Social, ou similar, nas informações institucionais disponíveis no site próprio da empresa e com exceção das empresas Prô e Sementes Brilhantes, que não possuem qualquer site ou página na internet. A empresa Corujão é a única empresa que se define como um Negócio Social. Além dela, outras 2 empresas apesar de não se definirem como tal, citam o impacto social em sua descrição, é o caso da do

Instituto Alpha Lumem que se define como “uma entidade sem fins lucrativos que busca soluções de impacto social através de ações educativas”, e o Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI) que tem como missão “Promover desenvolvimento humano construindo soluções inovadoras, com potencial de escala, para problemas sociais, por meio de metodologias que associam Arte, Ciência e Tecnologia, em colaboração com as comunidades”. As demais empresas não apresentam qualquer citação ao Negócio Social ou termos similares em sua descrição.

A distribuição geográfica das empresas é apresentada no Quadro 26 que contém o número de empresas aceleradas por cidade, mostrando que a maioria das empresas está localizada na cidade de São Paulo. Além de 29 empresas estarem sediadas na cidade de São Paulo, a Figura 13 mostra que a grande concentração das empresas aceleradas está no estado de São Paulo, totalizando mais da metade das empresas.

Figura 13: Distribuição geográfica das empresas aceleradas por estado



Fonte: Elaboração própria

Quadro 26: Distribuição geográfica das empresas aceleradas

Cidade	Estado	Nº Empresas
Belo Horizonte	MG	3
Blumenau	SC	1
Brasília	DF	2
Campina Grande	PB	1
Curitiba	PR	2
Florianópolis	SC	2
Fortaleza	CE	1
Goiânia	GO	1
Guariba	SP	1
Guarulhos	SP	1
Itajubá	MG	1
Itatiba	SP	1
Joinville	SC	1
Maceió	AL	2
Marília	SP	1
Ponta Grossa	PR	1
Porto Alegre	RS	1
Recife	PE	4
Ribeirão Preto	SP	1
Rio De Janeiro	RJ	4
Rio Negrinho	SC	1
Salvador	BA	1
Santa Luzia Do Itanhy	SE	1
São Carlos	SP	1
São Jose Dos Campos	SP	2
São Paulo	SP	29
Sorocaba	SP	2
Taboão Da Serra	SP	1
Uberaba	MG	1

Fonte: Elaboração própria

A natureza jurídica das empresas, apresentada no Quadro 27, segue o código estabelecido pela Tabela de Natureza Jurídica, organizada no âmbito da Comissão Nacional de Classificação (CONCLA)⁵ que têm por objetivo a identificação da constituição jurídico-institucional das entidades públicas e privadas nos cadastros da administração pública do país. A categoria de Sociedade Empresária Limitada é a categoria de 60% das empresas, como entidades dotadas de personalidade jurídica de direito privado, de investimento inicial dividido entre os sócios.

Quadro 27: Natureza jurídica das empresas aceleradas

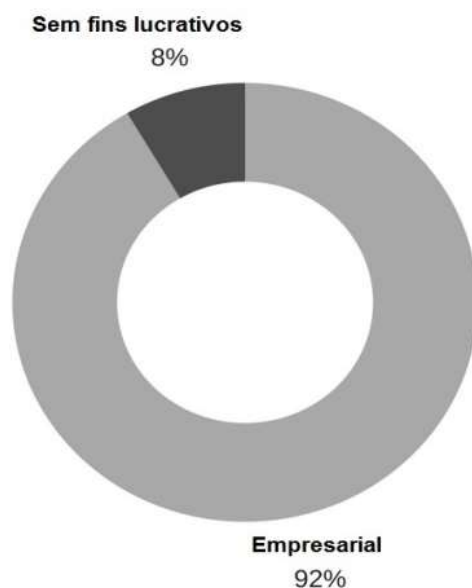
Categoria jurídica	Código	Entidade	Nº de empresas
Sociedade Empresária Limitada	2062	Empresarial	43
Sociedade Anônima Fechada	2054	Empresarial	16
Associação Privada	3999	Sem Fins Lucrativos	6
Sociedade Simples Limitada	2240	Empresarial	3
Empresa Individual de Responsabilidade Limitada de Natureza Empresária	2305	Empresarial	2
Empresário Individual	2135	Empresarial	1

Fonte: Elaboração própria

A maioria das empresas que receberam aceleração da Artemisia se enquadra como entidade empresarial, exceto pelas empresas Arte Despertar, Instituto Alpha Lumen, Casa Angela, Instituto Movere e IPTI que são classificadas como entidades sem fins lucrativos, como ilustrado na Figura 14.

⁵ Tabela de Natureza Jurídica atualizada pela Resolução CONCLA de 02/05/2016. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/estrutura/natjur-estrutura/natureza-juridica-2016.html>. Acesso em 20/12/2017.

Figura 14: Natureza jurídica das empresas aceleradas



Fonte: Elaboração própria

Ainda de acordo com a Comissão Nacional de Classificação, a principal atividade econômica das empresas foi classificada no Quadro 28 conforme o código cadastrado no CNPJ referente à Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE)⁶, que é a classificação oficialmente adotada pelo Sistema Estatístico Nacional e pelos órgãos federais gestores de registros administrativos.

⁶ Classificação Nacional de Atividades Econômicas. Disponível em: <https://cnae.ibge.gov.br>. Acesso em 20/12/2017.

Quadro 28: Principal atividade econômica das empresas aceleradas

Principal atividade econômica	CNAE	Nº empresas
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis	6202300	14
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis	6203100	7
Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda	6201501	6
Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	6319400	6
Atividade médica ambulatorial com recursos para realização de exames complementares	8630502	4
Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial	8599604	4
Atividade odontológica	8630504	2
Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica	7020400	2
Consultoria em tecnologia da informação	6204000	2
Correspondentes de instituições financeiras	6619302	2
Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet	6311900	2
Administração de cartões de crédito	6613400	1
Atividades de apoio à educação, exceto caixas escolares	8550302	1
Atividades de associações de defesa de direitos sociais	9430800	1
Atividades de fisioterapia	8650004	1
Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte	9493600	1
Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	4789099	1
Corretores e agentes de seguros, de planos de previdência complementar e de saúde	6622300	1
Edição integrada à impressão de livros	5821200	1
Educação profissional de nível técnico	8541400	1
Fabricação de máquinas e equipamentos para saneamento básico e ambiental, peças e acessórios	2825900	1
Fabricação de outros aparelhos eletrodomésticos não especificados anteriormente, peças e acessórios	2759799	1

Impermeabilização em obras de engenharia civil	4330401	1
Laboratórios clínicos	8640202	1
Outras atividades de atenção à saúde humana não especificadas anteriormente	8690999	1
Outras atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	9329899	1
Outras atividades de serviços financeiros não especificadas anteriormente	6499999	1
Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências sociais e humanas	7220700	1
Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	9511800	1
Serviços de assistência social sem alojamento	8800600	1
Serviços de comunicação multimídia	6110803	1

Fonte: Elaboração própria

Ao analisar a principal atividade econômica de cada empresa de acordo com seu CNAE, é possível observar que 48% das empresas do portfólio Artemisia definidas como atuantes na área Educação, são empresas de tecnologia, que desenvolvem softwares como sua função principal. Mostrando que de acordo com sua classificação no CNAE, a Tecnologia aparece como área prioritária.

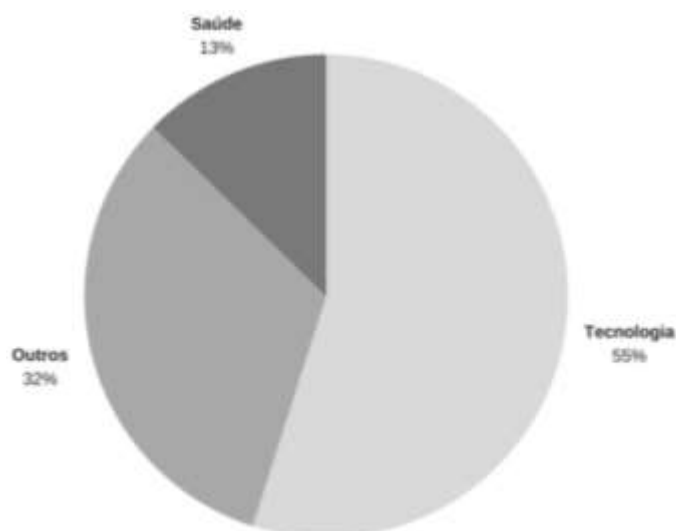
Quadro 29: Áreas de atuação das empresas aceleradas segundo as categorias do CNAE

Atividade Principal	Nº de empresas
Tecnologia	41
Saúde	9
Atividades Financeiras	5
Treinamento em desenvolvimento profissional	4
Assistência Social	2
Educação	2
Fabricação de máquinas e equipamentos	1
Fabricação de aparelhos eletrodomésticos	1
Comércio varejista	1
Cultura	1
Editora	1
Pesquisa	1
Recreação e lazer	1
Construção	1

Fonte: Elaboração própria

De acordo com a classificação do CNAE, a distribuição das empresas por área de atuação é ilustrada pelo gráfico da Figura 15, com destaque apenas para as áreas de Tecnologia e Saúde.

Figura 15: Gráfico das áreas de atuação das empresas aceleradas segundo a CNAE



Fonte: Elaboração própria

O investimento inicial das empresas mostrado no Quadro 30 é o valor estabelecido pelos sócios ou acionistas no momento da abertura para o início

das atividades e manutenção da organização, e este dado foi analisado para que fosse possível visualizar o porte das empresas que participaram do processo de aceleração Artemisa. Além das 6 empresas cadastradas como entidades sem fins lucrativos citadas anteriormente, apenas 2 empresas divulgaram seu investimento inicial como zero: Banco Pérola e Conecta Mundo.

Quadro 30: Investimento inicial das empresas aceleradas

Empresa	Investimento Inicial
GEEKIE	R\$ 25.920.940,16
EvoBooks	R\$ 5.000.000,00
Dr. Agora	R\$ 3.950.255,80
Aondê	R\$ 3.618.500,00
Controly	R\$ 3.377.080,00
QMágico	R\$ 3.102.979,40
Xmile Learning	R\$ 2.164.175,00
imaginie	R\$ 1.800.000,00
Jeitto	R\$ 1.347.000,00
TÁ PAGO	R\$ 803.469,00
Dossier Digital	R\$ 735.000,00
Tô Garantido	R\$ 639.083,00
Mepelis	R\$ 634.000,00
Corujao	R\$ 510.000,00
Clínica Sim	R\$ 501.515,24
BIVA	R\$ 400.000,00
Saútil	R\$ 376.260,00
Plataforma Kiduca	R\$ 300.000,00
Joy Street	R\$ 237.279,00
EWally	R\$ 212.100,00
Konkero	R\$ 200.000,00
erêlab	R\$ 200.000,00
DreamShaper	R\$ 151.000,00
Hand Talk	R\$ 140.000,00
IES2	R\$ 100.000,00
Sangue Bom	R\$ 90.000,00
Sinapse Virtual	R\$ 80.000,00

Nutrisoft	R\$	72.400,00
Sementes Brilhantes	R\$	70.000,00
KIDU	R\$	67.800,00
Senfio	R\$	63.000,00
Incluir Tecnologia	R\$	60.000,00
Tá Na Hora	R\$	57.895,00
Arkos	R\$	51.000,00
Guten News	R\$	50.000,00
Backpacker	R\$	50.000,00
3ID	R\$	45.454,00
ECTAS	R\$	40.000,00
Aec	R\$	30.400,00
Epitrack	R\$	30.000,00
Mgov	R\$	30.000,00
Concretta	R\$	30.000,00
Fábrica de Aplicativos	R\$	20.000,00
meu tutor	R\$	20.000,00
NeoFuturo	R\$	20.000,00
Que Fala!	R\$	20.000,00
Prô	R\$	10.000,00
Mobilità	R\$	10.000,00
Meritt	R\$	10.000,00
Playmove	R\$	10.000,00
Eruga	R\$	10.000,00
Dataeduc	R\$	10.000,00
TIC Educa	R\$	9.000,00
égalité	R\$	6.000,00
Medcloud	R\$	5.500,00
MultiOrto	R\$	5.000,00
F123	R\$	5.000,00
Clínica +60 Saúde.	R\$	4.500,00
Kidopi	R\$	3.000,00
Casa Cuca	R\$	2.000,00
Vivenda	R\$	1.000,00

Kidint	R\$	1.000,00
MonsterJoy	R\$	1.000,00
COS Odonto	R\$	1.000,00
Total	R\$	57.522.585,60

Fonte: Elaboração própria

A somatória do investimento inicial das 64 empresas que possuem esse dado divulgado em seu CNPJ chega aos 57 milhões de reais, demonstrando que não apenas startups, mas empresas de grande porte e com alto investimento inicial participaram do programa de aceleração da Artemisia.

A data de abertura das empresas aceleradas reforça a ideia de que não apenas startups participam do programa de aceleração, já que a data de abertura da empresa mais antiga, a Casa Angela datada de 1979, tinha 36 anos de existência quando participou do programa, como mostra o Quadro 31. A data de abertura de cada empresa foi analisada em relação a sua data de participação no programa de aceleração, para que se possa visualizar qual o grau de maturidade das empresas participantes. Apesar de a empresa IPTI estar no portfólio da Artemisia, não foi encontrada nenhuma informação sobre o ano de sua participação no programa de aceleração.

Quadro 31: Data de abertura das empresas aceleradas

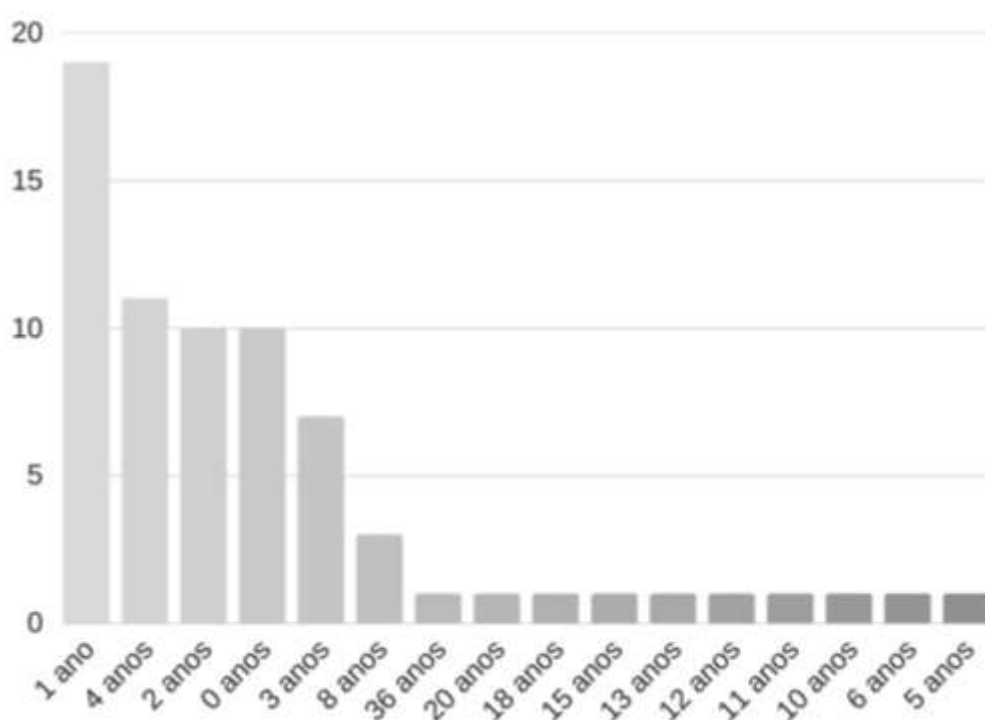
Ano de abertura	Nº de empresas
1979	1
1994	1
1995	1
1998	1
2000	1
2002	1
2003	2
2004	2
2005	1
2006	2
2008	1
2009	5
2010	4
2011	12

2012	7
2013	12
2014	12
2015	4
2016	1

Fonte: Elaboração própria

Tal análise revela que empresas com 1 ano de existência são a maioria entre as empresas aceleradas, como mostra o gráfico da Figura 16, que contém a frequência de empresas aceleradas de acordo com sua idade.

Figura 16: Idade das empresas aceleradas pela Artemisia



Fonte: Elaboração própria

Para todo CNPJ cadastrado, a Receita Federal apresenta o quadro societário da empresa, onde consta o nome do empresário e sua função na empresa, e a partir destes dados foi possível identificar que a maioria das empresas aceleradas pela Artemisia possui mais de um proprietário, das 71 empresas apenas 10 possuem apenas 1 proprietário, o Quadro 32 a seguir apresenta o número de sócios de cada empresa acelerada.

Quadro 32: Número de sócios de cada empresa acelerada pela Artemisia

Empresa	Nº de Sócios/ Proprietários
GEEKIE	10
IES2	10
Aondê	7
Hand Talk	7
Tá Na Hora	7
Casa Angela	6
neofuturo	5
3ID	4
BIVA	4
egalitê	4
Instituto Alpha Lumen	4
Backpacker	3
Clínica +60 Saúde.	3
Clínica Sim	3
Concretta	3
CONNECTA MUNDO	3
Corujao	3
COS Odonto	3
Dataeduc	3
Jeitto	3
Joy Street	3
meu tutor	3
Mgov	3
Que Fala!	3
Sinapse Virtual	3
Vivenda	3
AEC	2
Arkos	2
Casa Cuca	2
Controly	2
Dr. Agora	2

DreamShaper	2
ECTAS	2
Epitrack	2
erêlab	2
Eruga	2
EvoBooks	2
EWally	2
Fábrica de Aplicativos	2
Guten News	2
Incluir Tecnologia	2
Kidint	2
Kidopi	2
Konkero	2
Medcloud	2
Meplis	2
Mobilità	2
MultiOrto	2
Nutrisoft	2
Plataforma Kiduca	2
Playmove	2
Prô	2
QMágico	2
Sangue Bom	2
Saútil	2
Sementes Brilhantes	2
Senfio	2
TÁ PAGO	2
TIC Educa	2
Tô Garantido	2
Xmile Learning	2
Arte Despertar	1
Banco Pérola	1
Dossier Digital	1
F123	1

imaginie	1
Instituto Movere	1
IPTI	1
KIDU	1
Meritt	1
MonsterJoy	1

Fonte: Elaboração própria

Além das empresas aceleradas, os empresários destas organizações também foram parte da análise através da estrutura societária de todos os CNPJ coletados anteriormente. O Quadro 33 apresenta os dados coletados de cada sócio, administrador ou proprietário das empresas que passaram pelo programa de aceleração da Artemisia.

Quadro 33: Coleta de dados dos empresários acelerados pela Artemisia

Empresa acelerada	Nome da empresa que participou da aceleração Artemisia
Empresário	Nome completo
Nº empresas	Quantidade de empresas pertencentes ao empresário
Investimento inicial das empresas	Total do investimento inicial estabelecido pelos sócios ou acionistas no momento da abertura para o início das atividades e manutenção de todas as organizações que pertencem ao empresário

Fonte: Elaboração própria

A partir do CNPJ das 71 empresas analisadas, a estrutura organizacional representada pelo quadro societário de cada uma delas totalizou 193 agentes, entre pessoas físicas e jurídicas, como detalhado no Apêndice 5, dentre os quais apenas 11 destes empresários não possuem informações divulgadas quanto às empresas de sua propriedade, são eles: Camila Akemi Karino e Leonardo Moreira Leites da GEEKIE; Artur de Souza Lima Malabarba e Diego Lissoni da BIVA; Anke Riedel, Ricardo Najjar, Maria do Carmo Santos Gusewski e Monica Elisabeth Winnubst da Casa Angela; Silvia Helena Zem Mascarenhas da Conecta Mundo; Nicolas Rodrigues Villalonga do Instituto Alpha Lumen; e Vera

Lucia Perino Barbosa do Instituto Movere. A coleta de dados completa dos empresários sócios ou proprietários das empresas que receberam aceleração Artemisia segue no Apêndice 5.

Dos 182 empresários analisados, apenas 67 deles não possuem outras empresas além da empresa que foi acelerada, os outros 115 empresários são sócios de outras empresas, indicando que são agentes originários da esfera de negócios tradicionais. O investimento inicial das empresas de cada agente também foi analisado, como ilustrado no Quadro 34 que mostra os empresários com a maior somatória de investimento inicial em suas empresas. Um sócio da empresa Geekie, acelerada pela Artemisia, possui além dela, outras 11 empresas, e a somatória do investimento inicial de todas as suas empresas ultrapassam 2 bilhões de reais.

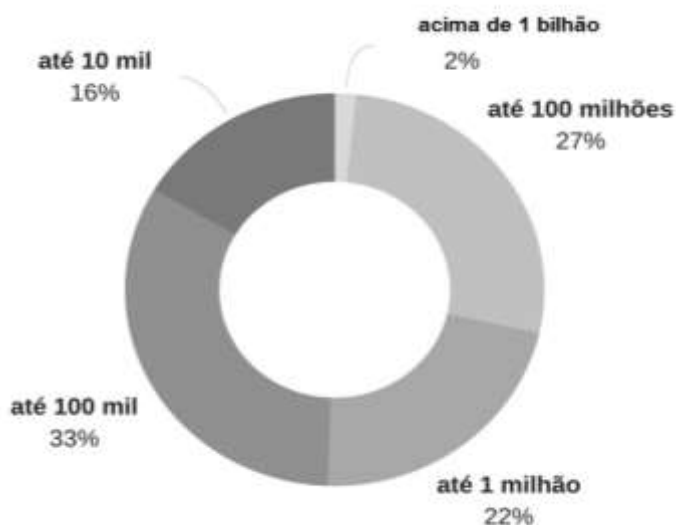
Quadro 34: Dados sobre os empresários acelerados pela Artemisia

Sócio da empresa acelerada	Nº empresas	Investimento Inicial Total
GEEKIE	12	R\$ 2.350.948.477,00
Corujao	4	R\$ 1.775.405.595,00
IES11	10	R\$ 1.516.788.989,00
Xmile Learning	5	R\$ 109.228.288,00

Fonte: Elaboração própria

A Figura 17 mostra o resultado da somatória do investimento inicial de todas as empresas pertencentes a cada empresário: 3 empresários possuem mais de 1 bilhão em investimentos iniciais de suas empresas; 49 empresários têm até 100 milhões; 40 empresários até 1 milhão; 60 até 100 mil; e 30 até 10 mil.

Figura 17: Somatória do investimento inicial das empresas de cada empresário



Fonte: Elaboração própria

A análise dos empresários, que podem ser vistos como clientes da Artemisia, desde que adquiriram seus serviços ao passar pelo programa de aceleração, indica que os serviços oferecidos pela Artemisia são destinados, principalmente, aos indivíduos da esfera de negócios tradicionais, que possuem outras empresas e capital econômico adquirido em espaços da lógica tradicional que agora serão investidos no novo espaço dos Negócios de Impacto.

Capítulo 4. A Artemisia e o espaço social

Como parte da análise da organização Artemisia, pretende-se com este capítulo contextualizar a posição ocupada pela organização no espaço em que está inserida, espaço este chamado pelas organizações que o constituem de ecossistema de Negócios de Impacto, e que aqui é observado como um espaço social em formação. Para tal contextualização, com objetivo de se obter uma fotografia geral da estrutura social deste espaço, os seguintes relatórios foram analisados: Pesquisa de Intermediários do Ecossistema de Finanças Sociais e Negócios de Impacto (FTFS, 2015c), 1º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental (PIPE, 2017) e GUIA 2.5: Guia para o desenvolvimento de negócios de impacto (QUINTESSA, 2015, 2017). Os principais agentes do espaço foram identificados e divididos em dois grupos: Intermediários e Produtores de Conhecimento, conforme organizado no Quadro 35.

Quadro 35: Categorias de classificação dos agentes no esboço do espaço

Classificação	Descrição
Intermediários	Organizações especializadas em Impacto Social que oferecem serviços destinados aos interessados em criar ou investir em empresas com impacto social, fazendo a ponte entre as empresas de Impacto Social e seus investidores.
Produtores de Conhecimento	Organizações que formam o referencial conceitual sobre os Negócios de Impacto brasileiros por meio de publicações que buscam mapear o espaço.

Fonte: Elaboração própria

O grupo de Intermediários é formado por organizações que atuam como o elo entre os Negócios Sociais e seus investidores. São organizações especializadas em Impacto Social que oferecem diversos serviços para os empresários que desejam alcançar impacto, serviços similares a suporte e consultoria, por exemplo, e, além disso, também investem ou fazem a conexão do empresário com possíveis investidores. Já o grupo de Produtores de Conhecimento, é formado pelas organizações que atuam como tal quando

buscam analisar os Negócios de Impacto brasileiros e publicam censos, panoramas, guias e mapeamentos, construindo assim um referencial conceitual sobre os Negócios de Impacto brasileiros.

O Instituto Quintessa fez um levantamento das organizações com foco em Negócios de Impacto Social que tenham como atividade principal o suporte ao desenvolvimento desses negócios, com objetivo de “trazer clareza acerca do suporte existente para o desenvolvimento de Negócios de Impacto e facilitar a conexão entre empreendedores e organizações do setor” (QUINTESSA, 2015, 2017). Os dados foram levantados por meio de um questionário e entrevistas presenciais e virtuais com representantes das organizações, com posterior revisão do material por esses representantes. A partir deste relatório, foram identificados os intermediários do espaço, ou seja, as empresas que oferecem como serviços ao empresário a conexão com potenciais investidores e/ou o próprio investimento. A PIPE realizou um mapeamento dos Negócios de Impacto Social e Ambiental com objetivo de “Ter uma fotografia atual do setor de negócios de impacto no país, levantando problemáticas, reflexões e oportunidades que fomentem o fortalecimento e maturidade do ecossistema.” (PIPE, 2017). Foi realizada uma pesquisa quantitativa para o mapeamento de 579 Negócios de Impacto Social no país e uma pesquisa qualitativa para entrevistar 12 dos empresários identificados na pesquisa quantitativa. Além das pesquisas, foram realizados levantamentos de dados secundários do espaço. E a FTFS publicou um relatório com objetivo de “categorizar as organizações intermediárias, a partir da modalidade de produtos e serviços que oferecem no campo das finanças sociais” (FTFS, 2015c). O relatório não explicita a metodologia utilizada na pesquisa, informando apenas que as organizações foram divididas em quatro grupos com subgrupos e que foram realizadas entrevistas e pesquisa em dados secundários.

4.1 Intermediários

O espaço social formado em decorrência dos Negócios de Impacto Social conta com um tipo específico de organização, que são aqui denominadas de Intermediários. São organizações especializadas que atuam diretamente com as empresas de Impacto Social e as conectam com investidores, como ilustrado na

Figura 18, além disso, elas oferecem serviços destinados aos interessados em criar ou investir em empresas com Impacto Social.

Figura 18: Dinâmica de atuação dos Intermediários



Fonte: Elaboração própria

As organizações identificadas como Intermediários seguem no Quadro 36, que apresenta além do nome e da definição do objetivo segundo a própria organização (QUINTESSA, 2015; 2017), um código de identificação criado apenas para facilitar a exposição dos demais dados coletados.

Quadro 36: Intermediários do espaço de Negócios de Impacto

Código	Organização	Objetivo
1	Artemisia	Desenvolver empreendedores em nível pessoal e profissional para alcançar o maior potencial de impacto possível. Prover as ferramentas básicas para estruturar e potencializar seus negócios. Inserir os empreendedores na Rede Artemisia e no Ecossistema de Negócios de Impacto Social.
2	Baanko	Fomentar o ecossistema de Negócios de Impacto Social, Facilitar o encontro entre profissionais de desenvolvimento de sistemas, design e empreendedorismo, empresas iniciantes de base tecnológica (startups) e organizações com ou sem fins lucrativos, grupos e coletivos que desenvolvem projetos inovadores na área social.
3	Bemtevi	Captar recursos com investidores sociais, amadurecer Negócios Sociais e realizar empréstimos que promovam a sustentabilidade financeira e impacto social dos negócios apoiados.
4	Din4mo	Fortalecer empreendimentos de alto impacto por meio de oferta de gestão, governança, acesso a capital e acesso a mercado.

5	Impact Hub São Paulo	Conectar pessoas a causas por meio de programas, projetos, espaços e rede, proporcionando assim o desenvolvimento do ecossistema de impacto local e globalmente por meio da articulação estratégica de atores e ao apoio estruturado à jornada de empreendedores de impacto.
6	Inovativa de Impacto	O objetivo do InovAtiva de Impacto é capacitar, fornecer mentoria e conectar empreendimentos de impacto com investidores interessados.
7	Instituto Legado	O Projeto Legado é um programa de capacitação e aceleração de iniciativas com propósito social e/ou ambiental (organizações da sociedade civil e negócios de impacto social). Com duração anual e gratuito, seu objetivo é fomentar a expansão do impacto social e/ou ambiental das iniciativas participantes, fortalecendo e inspirando o empreendedorismo no setor social para a construção de uma sociedade mais justa e sustentável.
8	Instituto Quintessa	Estruturar a gestão e impulsionar o crescimento de negócios de impacto, a partir de um diagnóstico que identifica as prioridades para seu êxito.
9	ITCG	Estimular e apoiar empreendimentos na identificação e desenvolvimento de ideias, visando sua viabilidade e inserção no mercado, desde a criação até sua consolidação, como forma de promover o empreendedorismo criativo e inovador no estado e região.
10	Kaeté Investimentos	A estruturação de investimentos em participações em empresas de impacto social e/ou ambiental. Os investimentos da Kaeté apresentam ainda um enfoque regional, com especial atenção para empresas localizadas na Amazônia Legal e na região nordeste do Brasil.
11	Kaleydos	Fomentar soluções capazes de construir cadeias de valor mais éticas e sustentáveis em mercados estabelecidos e escaláveis.
12	Kviv Ventures	Investir em negócios escaláveis e inovadores com o propósito de devolver para a sociedade de forma constante e estruturada; fomentar o empreendedorismo no Brasil.
13	MOV Investimentos	Reduzir desigualdade social e reverter degradação ambiental.

14	NESsT	Investir em soluções de mercado que criem empregos dignos, promovam inclusão no mercado de trabalho e geração de renda sustentável para grupos marginalizados, endereçando também as muitas barreiras que impedem essas comunidades de acessarem o mercado de trabalho formal.
15	Pense Grande	Proporcionar apoio a jovens empreendedores, prioritariamente de alta vulnerabilidade, por meio de investimento de recursos intelectuais, sociais e financeiros a fim de aumentar os casos de referência no Brasil e o pipeline para aceleradoras, incubadoras e investidores de impacto.
16	Positive Ventures	Venture Capital que investe em negócios que nascem com a intenção de resolver desafios sociais e ambientais, por meio de soluções que combinam inovação, tecnologia, escala e retorno financeiro.
17	Rise Ventures	É uma gestora de negócios (<i>venture builder</i>) de impacto que tem como missão democratizar os serviços de inteligência de negócios, captação de investimentos e recrutamento/desenvolvimento de pessoas para empresas com propósito positivo que produzem (i) produtos/serviços relacionados ao consumo consciente/sustentabilidade, e/ou (ii) produtos/serviços essenciais e acessíveis para população de baixa renda.
18	Sistema B	Impulsionar um movimento vanguardista global de pessoas que usam os negócios para a construção de uma nova economia, mais inclusiva, resiliente e compartilhada.
18	SITAWI	Apoiar negócios de impacto por meio de empréstimos socioambientais, investimentos socioambientais (dívida conversível), garantias e <i>crowdlending</i> , além de aconselhamento estratégico. Dessa forma, buscam atingir a visão da SITAWI de um mundo onde o capital é mais barato, abundante e paciente para organizações e negócios que geram impacto socioambiental positivo.
20	<i>Social Good</i> Brasil	Fazer com que o empreendedor teste a ideia/produto e aprimore o seu projeto. O Lab desafia seus participantes a encontrarem formas de desenvolverem suas ideias e projetos.

21	Vox Capital	Investir em empresas que atuem nos setores de educação, saúde e serviços financeiros com soluções inovadoras, que proativamente contribuam para redução de desigualdades sociais.
22	<i>106orth a million</i>	Alavancar boas ideias, com propósitos fortes, mas que ainda estão em estágio de conceituação, prototipagem ou início das vendas.
23	Yunus Negócios Sociais	Ser uma inspiração e uma ferramenta prática para pessoas e organizações no Brasil interessadas em se engajar na construção de um país livre de seus maiores problemas utilizando os mecanismos do negócio social.

Fonte: Elaboração própria

As organizações definem seu papel utilizando principalmente as palavras Investir, Fomentar, Apoiar, Desenvolver, Estruturar. A palavra mais utilizada para definir o objetivo da organização foi a palavra Investir, citada 4 vezes, sinalizando que além de oferecer serviços aos empresários e conectá-los aos investidores, os Intermediários também oferecem investimento.

Os serviços oferecidos pelos Intermediários foram analisados e o Quadro 37 mostra a relação entre as organizações e os serviços oferecidos. Lembrando que para ser considerada um Intermediário a organização deve oferecer entre seus serviços a possibilidade de investimento, seja pela conexão com investidores em potencial ou pelo investimento da própria organização. Foram coletados e analisados os seguintes dados para cada organização: Nome, Objetivo, Ano de Fundação da Empresa, Ano da Iniciativa de Impacto, Formato Jurídico, Como a Empresa se Denomina, Modelo de Receita, Duração do programa oferecido ao empresário, Custo do programa e Definição de Negócio de Impacto. Os dados estão apresentados por completo no Apêndice 3.

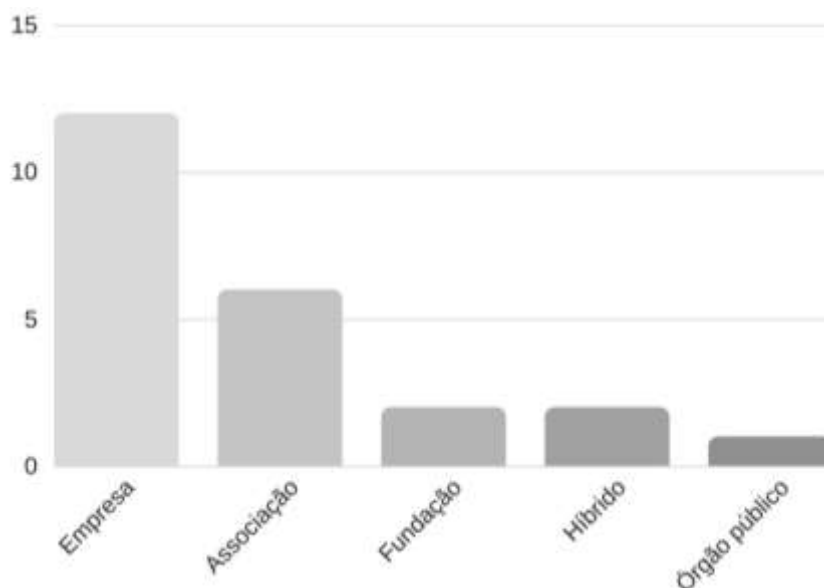
Quadro 37: Serviços oferecidos pelos Intermediários

Serviços Oferecidos	Capacitação e Treinamento	Conexão com potenciais clientes e parceiros	Conexão com potenciais investidores	Investimento e Financiamento	Desenvolvimento da gestão	Desenvolvimento pessoal dos empreendedores	Espaço	Reconhecimento e divulgação	Recurso filantrópico	Rede de mentores	Rede entre empreendedores
Artemisia	x	x	x		x	x		x		x	x
Instituto Quintessa		x	x		x	x		x		x	x
NESsT	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x
Sistema B		x	x					x			x
<i>Social Good Brasil</i>	x	x	x	x	x	x		x		x	x
<i>107orth a million</i>		x	x		x	x	x				x
Yunus Negócios Sociais	x	x		x	x			x		x	x
Baanko	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x
Bemtevi		x		x	x					x	x
Din4mo	x	x	x	x	x	x		x			x
Pense Grande	x		x		x	x		x	x	x	x
<i>Impact Hub São Paulo</i>	x	x	x		x	x	x	x		x	x
ITCG	x	x	x		x	x	x	x		x	x
Instituto Legado	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x
Kaeté Investimentos		x	x	x	x			x		x	x
Kaleydos	x	x	x	x	x		x	x		x	x
Kviv Ventures		X	X	X	X		X			X	X
Inovativa de Impacto	x	x	x		x	x	x	x		x	x
MOV Investimentos	x	x	x	x	x	x					
Positive Ventures	x	x	x	x	x	x		x		x	
Instituto Quintessa		x	x		x	x		x		x	x
Rise Ventures	x	x	x		x	x	x			x	x
SITAWI		x	x	x	x			x		x	x
Vox Capital		x	x	x	x			x			

Fonte: Elaboração própria

A Figura 19 mostra que das 23 organizações, 12 têm o formato jurídico de empresas tradicionais, 6 associações, 2 fundações, 2 híbridas (empresa tradicional e associação) e 1 é um órgão público.

Figura 19: Gráfico do formato jurídico dos intermediários



Fonte: Elaboração própria

Ao se autodenominar, as organizações não mostraram homogeneidade, 4 delas se definem como gestoras de investimento, 3 como aceleradoras, 2 como catalisadoras, incubadoras e redes, as demais apresentam denominações diferentes como: consultoria para projetos de negócios sociais, articuladora de um movimento, consultoria e investidora, fomentadora de negócios sociais, fundação, fundo de venture capital, gestora de fundos socioambientais rotativos, Ministério (MDIC) e Serviço Social Autônomo (Sebrae), Organização sem fins lucrativos e *Venture Builder*. A falta de homogeneidade mostra que a definição de aceleradora é apenas uma entre as demais, e que a definição mais utilizada é a de gestora de investimentos, evidenciando o papel chave dos Intermediários no Investimento de Impacto.

A data de fundação das organizações e a data do início das iniciativas voltadas aos Negócios de Impacto dos Intermediários, mostra que apenas 10 organizações surgiram já atuando no espaço de Negócios de Impacto, as demais já existiam antes de atuar no espaço. O modelo de receita, ou seja, a forma de entrada de recursos na organização também apresentou variedade, conforme apresentado no Quadro 38.

Quadro 38: Modelo de receita dos Intermediários

Modelo de receita
Doação de PF e PJ.
Doação de PF e PJ; Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações.
Doação de PF e PJ; Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Prestação de serviço para o empreendedor.
Doação de PF e PJ; Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Taxa de administração dos fundos filantrópicos e socioambientais rotativos.
Doação de PF e PJ; Prestação de serviço para o empreendedor; Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações.
Doação de PJ.
Doação de PJ; Prestação de serviço para o empreendedor.
Doação, patrocínio e prestação de serviço.
Orçamento Geral da União (OGU); Contribuição de interesse das categorias profissionais ou econômicas.
Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Prestação de serviço para o empreendedor.
Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Prestação de serviço para o empreendedor; Participação acionária nas empresas incubadas.
Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Taxa de administração e performance de fundo de investimento; Outros: cursos online, palestras e <i>workshops</i> .
Prestação de serviço para empresas; Prestação de serviço para o empreendedor; Taxa de administração e performance de fundo de investimento.
Prestação de serviço para o empreendedor.
Taxa de administração e performance de fundo de investimento.

Fonte: Elaboração própria

Os serviços oferecidos pelos Intermediários se mostraram diversos tanto pela duração dos programas oferecidos, como pelas formas de pagamento dos serviços prestados, conforme Quadro 39.

Quadro 39: Características dos serviços oferecidos pelos Intermediários

COD	Duração	Pagamento
1	6 meses	Cobrança pelos serviços.
2	17 semanas	Participação societária do negócio em troca do investimento.
3	Até 3 anos	Gratuito caso o negócio entregue 80% ou mais dos impactos contratados. Caso contrário, há pagamento de juros.
4	A partir de 3 meses a 12 meses renováveis.	Cobrança pelos serviços e/ou participação societária.
5	Determinada pelo tempo em que o empreendedor se mantiver associado como membro	O <i>membership</i> pode ser contratado mensalmente por R\$ 60,00/mês com possibilidade de tarifas promocionais. Além disso, alguns tipos de suporte e serviços são cobrados separadamente.
6	6 meses	Gratuito
7	Entre 1 e 2 anos	Gratuito
8	12 meses	O programa de aceleração possui um Plano de Retribuição Flexível de acordo com o estágio da empresa, com pagamento no final do programa.
9	2 anos	Custos mensais.
10	Indeterminada	Participação societária.
11	10 meses	Contrato de mútuo / dívida conversível, contrato de opção ou comissão sobre faturamento ou resultado por período definido.
12	Indeterminada	Participação societária no negócio.
13	Fundo de 10 anos, extensíveis por mais 2.	Participação societária no negócio (minoritária).
14	Em média 4 anos	Gratuito
15	10 meses	Gratuito
16	Indeterminado	Participação societária no negócio (via mútuo conversível ou <i>equity</i>).
17	Indeterminado	Valor fixo mensal baixo para gerar acesso (<i>retainer fee</i>), <i>fee</i> de captação do investimento necessário (<i>success fee</i>), e participação societária (<i>stock option</i>).
18	A certificação tem validade de 2 anos, quando a empresa deve passar pelo processo novamente.	Varia de acordo com o faturamento anual em dólares (vendas líquidas), o valor vai de 500 a 50.000 dólares anuais
19	Entre 6 e 36 meses para empréstimos socioambientais, garantias e <i>crowdfunding</i> . A partir de 60 meses para investimentos socioambientais (dívida conversível).	Para empréstimos, taxa de juros abaixo do mercado sobre o valor emprestado, com condições flexíveis. Para investimentos, participação societária no negócio com condições adequadas para cada empreendimento.
20	4 meses	Inscrição de R\$ 700,00 que compõem um fundo de investimento semente que é revertido aos

		participantes do programa.
21	Até 10 anos	Participação societária no negócio. Aportam capital financeiro e intelectual, em troca de 20% a 40% da participação acionária da empresa.
22	Entre 1 e 2 anos	Participação no faturamento ou lucro.
23	Aproximadamente 4 meses de diligência, empréstimo pode durar até 7 anos.	Juros cobrados pelo investimento). A aceleração e preparação para investimento são gratuitas.

Fonte: Elaboração própria

A definição do Negócio de Impacto de cada organização que atua como Intermediário, Quadro 40, se mostrou variada, mas 8 das empresas possuem a mesma definição, que é a definição da Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil publicada pela FTFS.

Quadro 40: Definição dos Intermediários para o Negócio de Impacto

COD	Definição de Negócio de Impacto
1	São empresas que oferecem, de forma intencional, soluções escaláveis para problemas sociais da população de baixa renda.
2	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil
3	Ter como foco principal da organização o Impacto Socioambiental positivo através de seu produto e/ou serviço e/ou em sua cadeia produtiva direta. A organização tem por premissa, comprometida por escrito e publicamente, não distribuir dividendos, de modo a investir todo o lucro gerado na própria empresa para maximizar seu impacto socioambiental ao longo do tempo.
4	Negócios que utilizam de mecanismos de mercado para redução da desigualdade (alinhamento com ODS 10), particularmente quando reduzem custos de transação para famílias de baixa renda, quando reduzem vulnerabilidade nas comunidades e/ou quando ajudam famílias a criarem ativos produtivos como capital humano e geração de renda.
5	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil
6	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil
7	Negócios de impacto social, ou seja, que atendam as necessidades da base da pirâmide.
8	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil
9	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil
10	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil
11	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil

12	A <i>startup</i> deve buscar devolver para a sociedade, com seu produto ou serviço, de forma constante e estruturada.
13	O negócio precisa ter a intencionalidade de solucionar um problema socioambiental por meio da venda de seu produto ou serviço. Esse deve ser o objetivo central da empresa.
14	Negócio social (<i>social enterprise</i>) é um negócio criado para enfrentar ou resolver um problema social crítico de uma maneira financeiramente sustentável (e potencialmente lucrativa).
15	Um empreendimento que satisfaz a pelo menos uma das condições: Capacidade de gerar inovação na forma de organização. (ex: cooperativas, coletivos); Capacidade de gerar inclusão no mercado de trabalho a populações que, em condições normais, não estariam incluídas; Capacidade de gerar inclusão produtiva de grupos (fornecedores) que, em condições normais, não estariam incluídos; Capacidade de dar acesso a bens e serviços que representem um ganho de bem-estar a populações que normalmente não teriam acesso a eles; Capacidade de promover impacto socioambiental com um produto, considerando a adicionalidade, ou seja, gerando um novo benefício social ou ambiental que não existiria caso o produto não fosse criado.
16	Empresas, organizações ou fundos com a intenção de gerar impacto ambiental ou social, de forma mensurável, com retorno financeiro aos acionistas.
17	Negócios de impacto social para o Sebrae são empresas que em sua atividade principal apresentam benefícios a sociedade ou ao meio ambiente e que tenham objetivo de lucro.
18	Empresas B: Empresas B Certificadas são aquelas que demonstram, por meio da avaliação de impacto B e verificação, o impacto positivo que geram pelas suas práticas e pelo seu modelo de negócio.
19	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil
20	<i>Social Good</i> é usar as tecnologias, novas mídias e o pensamento inovador para contribuir com a solução de problemas sociais.
21	Empreendedores integralmente comprometidos com a redução de desigualdades sociais, entre as classes de alta e baixa renda, no Brasil.
22	Não tenta definir todos os negócio em um categoria. Cada negócio, com suas particularidades, precisa de atenções diferentes com relação ao seu impacto. Mais importante é o desejo do empreendedor e o estágio de seu negócio do que uma busca por definição.
23	Muhammad Yunus: (1) O objetivo do negócio será redução da pobreza ou mais problemas (como educação, saúde, acesso a tecnologia e meio ambiente) que ameaçam as pessoas e a sociedade; não a maximização dos lucros. (2) Financeira e economicamente sustentável. (3) Investidores recebem de volta somente o valor investido. Nenhum dividendo é pago além do dinheiro investido. (4) Depois que o investimento for devolvido, o lucro fica na empresa para ampliação e melhorias. (5) Ambientalmente consciente. (6) Colaboradores recebem valor de mercado com melhores condições de trabalho. (7.) ... fazer tudo isso com alegria.

Fonte: Elaboração própria

De acordo com o portfolio dos Intermediários, algumas empresas se repetem, ou seja, estão no portfolio de mais de um Intermediário. O Quadro 41 apresenta o número de empresas em cada portfolio e o número de empresas

que se repetem. Isso acontece principalmente na Artemisia, que tem 14 empresas em seu portfólio que também estão no portfólio de algum outro Intermediário, seguida do Sistema B, com 13 empresas e do Instituto Quintessa com 12 empresas. Mas considerando o percentual de empresas repetidas em relação ao percentual total do portfólio, os Intermediários Din4mo e NESsT apresentam a maior porcentagem, 60% do seu portfólio fazem parte do portfólio de outro Intermediário. Seguidos dos MOV Investimentos, Vox Capital e 113orth a million que têm aproximadamente 40% do seu portfólio em comum com outros Intermediários.

Quadro 41: Empresas que se repetem no portfólio dos Intermediários

Intermediário	Nº de empresas no portfólio	Nº de empresas repetidas
Artemisia	71	14
Bemtevi	3	1
Din4mo	9	6
Instituto Legado	76	2
Instituto Quintessa	37	12
ITCG	20	1
Kaeté Investimentos	5	1
MOV Investimentos	5	2
NESsT	3	2
Pense Grande	16	1
Positive Ventures	3	0
Sistema B	82	13
<i>Social Good Brasil</i>	24	3
Vox Capital	8	3
<i>113orth a million</i>	11	4
Yunus Negócios Sociais	7	1

Fonte: Elaboração própria

O portfólio, ou seja, os clientes de cada Intermediário, que totaliza 380 organizações, foi analisado, com exceção das seguintes organizações que não disponibilizam o seu portfólio: Baanko, Impact Hub, Kaleydos, Kviv Ventures, Inovativa de Impacto, Rise Ventures e SITAWI. O Quadro 42 mostra as empresas que apareceram em mais de um portfólio e quais são eles.

Quadro 42: Empresas presentes em mais de um portfólio dos investidores

Empresa	Intermediário		
Concretta	Artemisia	Din4mo	
Fábrica de Aplicativos	Artemisia	Din4mo	
Clínica +60 Saúde	Artemisia	Din4mo	
Mgov	Artemisia	Din4mo	
Programa Vivenda	Artemisia	Din4mo	Sistema B
Tô Garantido	Artemisia	Din4mo	
Coruja Educação	Artemisia	Instituto Quintessa	
Hand Talk	Artemisia	Instituto Quintessa	
Qmágico	Artemisia	Instituto Quintessa	
Tá Na Hora	Artemisia	Instituto Quintessa	
Instituto Alpha Lumen	Artemisia	Instituto Quintessa	
Sinapse Virtual	Artemisia	ITCG	
Geekie	Artemisia	Sistema B	
Aondê	Artemisia	Vox Capital	
ASID	Bemtevi	Instituto Legado	
Quíron	Instituto Legado	Sistema B	Worth a million
Terra Nova	Instituto Quintessa	MOV Investimentos	
Courriers	Instituto Quintessa	NESsT	Sistema B
Boomera	Instituto Quintessa	Sistema B	
Cause	Instituto Quintessa	Sistema B	
TC Urbes	Instituto Quintessa	Sistema B	
4YOU2	Instituto Quintessa	Sistema B	
Moradigna	Instituto Quintessa	Yunus Negócios Sociais	
Peixes da Amazônia	Kaeté Investimentos	Sistema B	
Triciclos	MOV Investimentos	Sistema B	
Retalhar	NESsT	Sistema B	Worth a million
Social Brasilis	Pense Grande	Social Good Brasil	
Avante	Sistema B	Vox Capital	
Plano CDE	Sistema B	Vox Capital	
Eduqa.me	Social Good Brasil	Worth a million	
Praças	Social Good Brasil	Worth a million	

Fonte: Elaboração própria

A análise do portfólio revelou que 31 empresas estão presentes em mais de um portfólio, ou seja, são clientes de mais de 1 Intermediário. Além dos dados coletados de cada organização, a estrutura organizacional dos Intermediários também foi coletada para compor a análise final do espaço social. Os agentes que compõe o quadro societário e a equipe de cada organização foram identificados, e os dados completos estão no Apêndice 3.

4.2 Produtores de conhecimento

Além das empresas de impacto social e dos Intermediários, há ainda outras organizações que disputam o espaço de Negócios de Impacto no Brasil. São organizações que atuam no espaço, mas não necessariamente oferecem serviços aos empresários que desejam alcançar Impactos Sociais, como é o caso dos Intermediários que conectam empresários e investidores. Estas organizações produzem estudos, análises, relatórios, levantamentos, guias, recomendações, mapeamentos, enfim, atuam como Produtores de Conhecimento e suas publicações vão aos poucos construindo o referencial conceitual do espaço.

A partir dos relatórios (FTFS, 2015c; PIPE, 2017; QUINTESSA, 2015; 2017) foram identificadas diversas organizações que atuam como Produtoras de Conhecimento. O Quadro 43 mostra as publicações, o ano e a organização responsável pela pesquisa. Foram coletados também os autores de cada publicação para compor a análise da estrutura social do espaço de Negócios de Impacto. Os dados completos estão no Apêndice 3.

Quadro 43: Produtores de conhecimento

Organização	Ano	Publicação
ANDE	2014	Mapa do setor de investimento de impacto no Brasil
FTFS	2014	Bancos e Agências de desenvolvimento sugestões para potencializar as finanças sociais e os negócios de impacto no Brasil
ICE; FGV	2014	O papel das aceleradoras de impacto no desenvolvimento dos negócios sociais no Brasil
FTFS	2015	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil
FTFS	2015	Estudo dos Formatos Legais Existentes no Brasil Que Podem Servir aos Negócios de Impacto
FTFS	2015	Finanças Sociais: Soluções Para Desafios Sociais e Ambientais
FTFS	2015	Inclusão dos Negócios de Impacto nas Compras de Grandes Empresas e Governo
FTFS	2015	Mapeamento dos Recursos Financeiros disponíveis no Campo Social do Brasil com o objetivo de identificar recursos potenciais para Finanças Sociais
FTFS	2015	Pesquisa de Intermediários do Ecossistema de Finanças Sociais e Negócios de Impacto
ICE; MOVE	2015	Métricas em negócios de impacto social
ANDE	2016	Panorama do setor de investimento de impacto na América Latina
Endeavor	2016	Criando uma rede de empreendedores sociais
FTFS	2016	Avanço das recomendações e reflexões para o fortalecimento das Finanças Sociais e Negócios de Impacto no Brasil
GIFE	2016	Censo GIFE
Ashoka, CEATS, ICE	2017	Lições da Prática – Reflexões sobre os elos entre o Terceiro Setor e o campo de Negócios de Impacto
FTFS	2017	Gestores municipais compram soluções de negócios de impacto
FTS	2017	<i>Crowdfunding equity crowdfunding</i> : o que é, e como pode ser utilizado
Instituto Quintessa	2017	GUIA 2.5: Guia para o desenvolvimento de negócios de impacto
PIPE	2017	1º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental

Fonte: Elaboração própria

Além dos Produtores de Conhecimento identificados por meio da análise dos relatórios, foi feito um levantamento dos cursos ofertados pelas instituições de ensino superior dentro da temática de Negócios de Impacto, como mostra o Quadro 44.

Quadro 44: Cursos dentro da temática de Negócios de Impacto

Instituição	Tipo	Curso	Carga horária	Formato	Custo
FAE	Pós-graduação	Empreendedorismo e Negócios Sociais	450h	Presencial	R\$ 12.978,00
Inspere	Curso	Investimentos em Parcerias Público	24h	Presencial	R\$ 6.610,00
Instituto AMANI	Curso	Formação em Impacto Social	215h	Presencial	R\$ 6.500,00
ESPM	Curso	Desenvolvimento de Negócios Sociais e Inclusivos	120h	Presencial	R\$ 4.800,00
FGV	Curso	Empreendedorismo Social	60h	Presencial	R\$ 4.500,00
Inspere	Curso	Mensuração de Impacto Social	16h	Presencial	R\$ 3.300,00
Ink	Curso	Gestão de projetos sociais	40h	Presencial	R\$ 2.880,00
PUC Rio	Curso de Extensão	Negócios Sociais	44,5h	Presencial	R\$ 2.428,00
Escola Design Thinking	Curso	<i>Social Innovation Experience</i>	24h	Presencial	R\$ 2.200,00
Ink	Curso	Gestão de projetos sociais	20h	Online	R\$ 1.100,00
Yunus Negócios Sociais Brasil	Curso	Curso internacional: Como criar e desenvolver Negócios Sociais	7h	Online	R\$ 720,00
Instituto Filantropia	Curso	Negócios sociais e empreendedorismo	8h	Presencial	R\$ 399,00
Yunus Negócios Sociais Brasil	Curso	Curso internacional de Introdução a Negócios Sociais	5h	Online	R\$ 390,00
Artemisia	Curso	Curso online em negócios de impacto social	4h	Online	R\$ 350,00
PUCPR	Curso de extensão	Gestão de Impacto Social	172h	Presencial	R\$ 300,00
FGV	Disciplina Mestrado Profissional em Gestão Internacional	<i>Low Income Population and Social Business</i>	X	Presencial	x
endeavor	Curso	Como criar um negócio para a população de baixa renda	4,5h	Online	Gratuito
endeavor	Curso	Como Medir o Impacto Social do seu Negócio	3h	Online	Gratuito
Prime Cursos	Curso	Empreendedorismo social	40h	Online	Gratuito

USP	Disciplina	Empreendedorismo Social e Finanças Sociais	30h	Presencial	Gratuito
Artemisia	MBA	Gestão em Negócios socioambientais	460h	Presencial	x
IESP/FATEC PB	Especialização	Negócios Sociais	360h	Presencial	x
Inspers	Disciplina	Negócios com Impacto Social	x	x	x
Inspers	Disciplina	Empreendedorismo social	x	x	x
Inspers	Disciplina	Low Income Population and Social Business	x	x	x

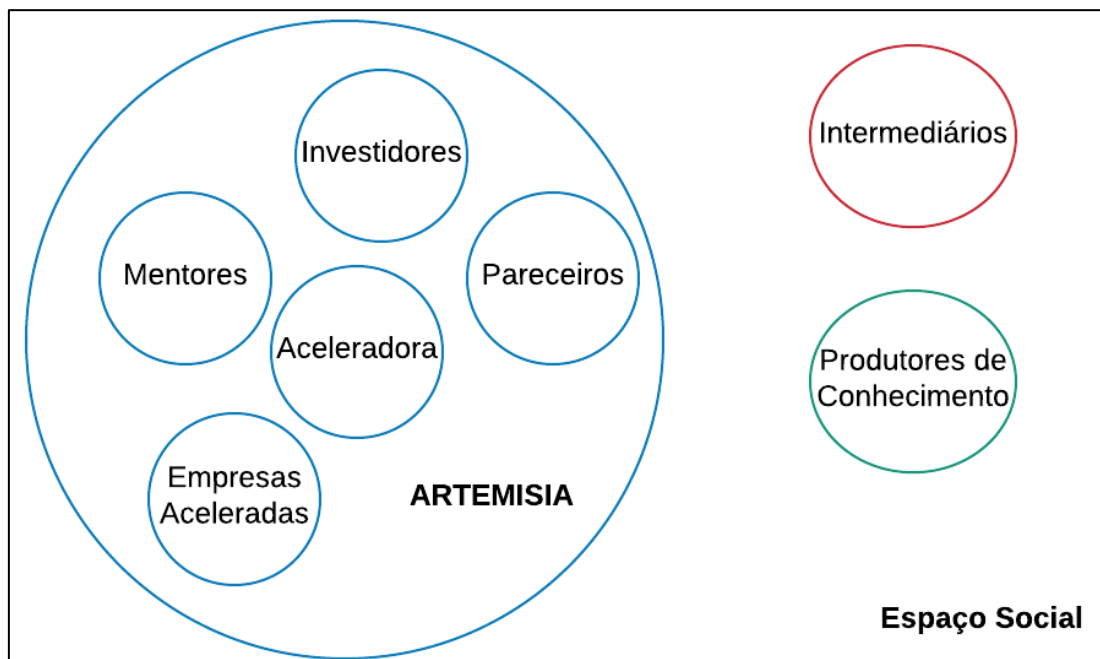
Fonte: Elaboração própria

A variedade de cursos pode ser vista como um indicador de que o espaço está em processo de expansão. Instituições de ensino como ESPM, FAE, FGV, IESP, Inspers, PUC e USP oferecem disciplinas, cursos de extensão, MBA e até pós-graduação com tema central em negócios de impacto social. Entre os 25 cursos encontrados, apenas 7 são gratuitos e a faixa de valores de inscrição para a maioria dos cursos presenciais são indícios da estrutura de distribuição de capital cultural no espaço, indicando certa exigência econômica para a formação em Negócios de Impacto social no país.

4.3 Estrutura social do espaço acerca da Artemisia

Para contextualizar a posição ocupada pela Artemisia no espaço em que está inserida, foi realizado um esboço deste espaço a partir das análises realizadas no decorrer deste trabalho. O esboço do espaço social acerca da Artemisia, ilustrado na Figura 20, é formado pela aceleradora Artemisia – dividida conforme os níveis de análise: equipe interna, mentores, parceiros, investidores e empresas que foram aceleradas, e os principais agentes identificados em seu contexto – Intermediários e Produtores de Conhecimento, sendo, portanto, uma visão relacional do espaço, considerando que o objeto principal das análises foi a Artemisia e os demais agentes foram posicionados em relação a ela.

Figura 20: Esboço do espaço social acerca da Artemisia



Fonte: Elaboração própria

A ilustração gráfica foi utilizada apenas para organizar e apresentar os agentes do espaço. As relações de poder e proximidade não são representadas pelo tamanho, cor ou posição das formas geométricas, que, portanto, não refletem tais características do espaço. A estrutura social do espaço é resultado da análise da estrutura organizacional de todos os agentes mapeados: Artemisia, Intermediários e Produtores de Conhecimento. Ao passo que a Artemisia e os principais agentes ao seu redor foram analisados, a estrutura organizacional de cada organização foi identificada gerando um banco de dados com 782 indivíduos, conforme exemplificado no Quadro 65 do Apêndice 6. Este banco de dados nada mais é do que o cruzamento da estrutura organizacional da Artemisia e da estrutura organizacional dos agentes mapeados em seu contexto. Para cada organização analisada, foram coletados os seguintes dados de sua estrutura organizacional, como sistematizado no Quadro 45: nome do agente; sua posição no espaço – de acordo com a categoria utilizada na identificação dos agentes: Artemisia, Intermediário ou Produtor de Conhecimento; organização a qual pertence e a função exercida – dividida em: equipe, que reúne todos os cargos do organograma e quadro societário, que se refere aos proprietários ou sócios da empresa de acordo com seu CNPJ.

Quadro 45: Coleta de dados da estrutura organizacional do espaço

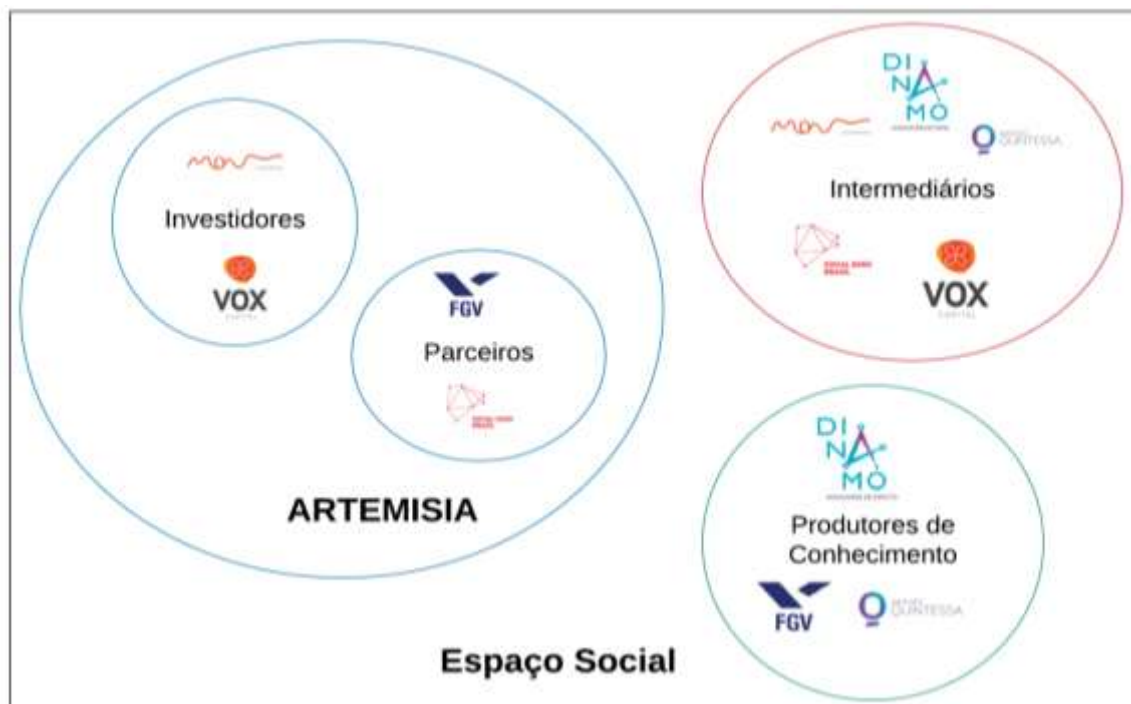
Agente	Posição	Empresa	Função
Nome Completo.	Posição no espaço: Artemisia, Intermediário ou Produtor de Conhecimento.	Organização a qual pertence.	Função exercida na organização a qual pertence: equipe ou quadro societário.

Fonte: Elaboração própria

A metodologia utilizada consiste na análise do banco de dados e verificação dos agentes que aparecem mais de uma vez, desconsiderando quando essa repetição ocorre dentro da mesma posição e organização. Nesse caso, se o agente aparece mais de uma vez no banco de dados porque está presente na estrutura organizacional da empresa a qual pertence em duas funções diferentes, como na equipe e também no quadro societário, essa repetição é desconsiderada.

A estrutura social do espaço revela que algumas organizações ocupam mais de uma posição, como por exemplo, as organizações Din4mo e Instituto Quintessa, que ocupam ao mesmo tempo a posição de Intermediários e de Produtores de Conhecimento. A Figura 21 mostra as organizações que ocupam mais de uma posição no espaço. As organizações MOV Investimentos, Vox Capital e Social Good atuam em posição similar a da Artemisia, como Intermediárias, ao mesmo tempo em que atuam como Investidoras e Parceiras da Artemisia, revelando que apesar de que intuitivamente pudessem ser consideradas concorrentes, já que apresentam propostas e serviços similares para o mesmo público alvo, elas não concorrem entre si, atuando como parceiras. O fato das organizações atuarem simultaneamente como Produtoras de Conhecimento e como Intermediárias ou Parceira Artemisia, como a Din4mo, o Instituto Quintessa e a FGV, indica que o referencial conceitual do espaço tem grande influencia dos agentes do campo, desde que é produzido pelos mesmos.

Figura 21: Organizações que ocupam mais de uma posição no espaço



Fonte: Elaboração própria

A partir da identificação dos agentes que ocupam mais de uma posição no espaço, foram analisadas quais são as organizações em que estes agentes atuam. A representação gráfica das análises foi realizada com auxílio da ferramenta Gephi, um software livre para análise de sistemas complexos por meio de grafos dirigidos – conjunto de arestas e nós onde cada aresta é um par ordenado de nós. Os nós do grafo, simbolizados pelos círculos, representam os agentes da análise, sejam eles indivíduos ou organizações, e as arestas representam as conexões entre eles. Os números em cada nó correspondem ao nome dos agentes conforme Quadro 46. Os agentes que possuem mais conexões (de entrada ou saída) tendem a coloração mais escura, assim como os agentes com menos conexões tendem a cores mais claras.

Quadro 46: Correspondência entre nós e agentes

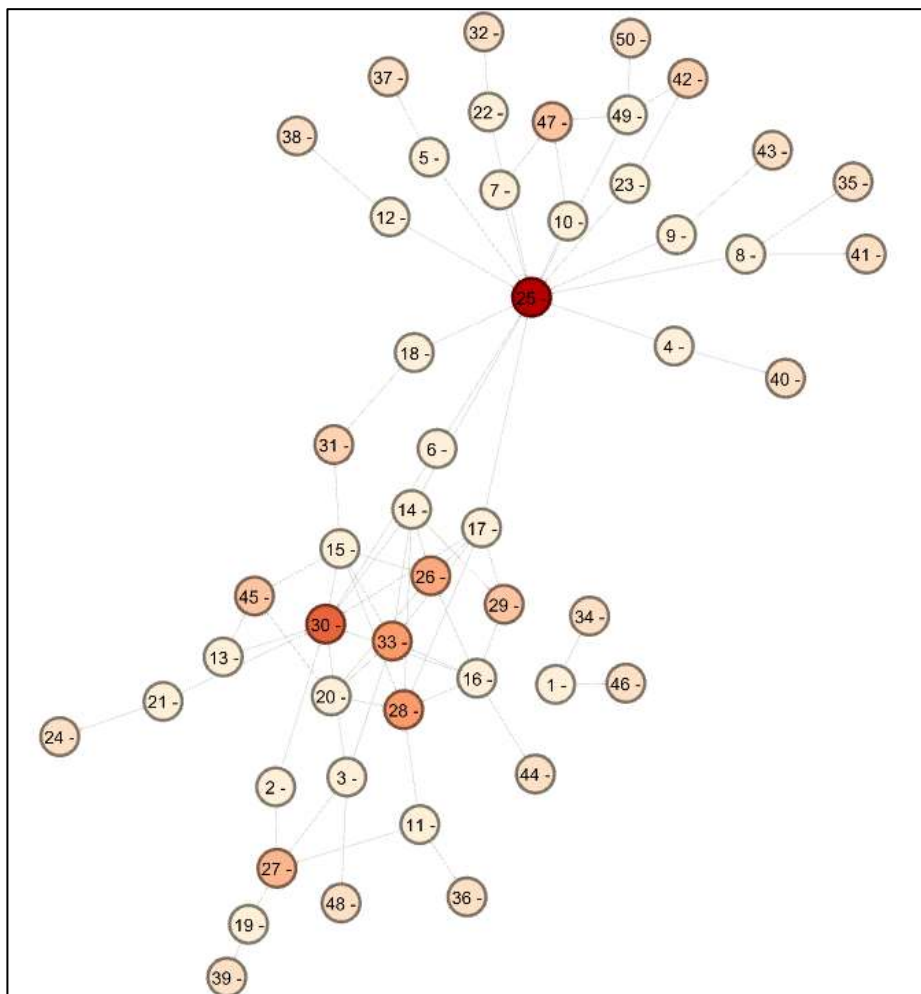
Nº do nó	Nome do agente
1	Andressa Trivelli
2	Beto Scretas
3	Celia Cruz
4	Denis Filipe Nakahara
5	Diego Garcez Alves
6	Edgard Barki
7	Erik Cavalcante Magela
8	Fábio Deboni
9	Fernando Fernandes
10	Gilberto Ribeiro de Oliveira Filho
11	Graziella Maria Comini
12	Guilherme de Almeida Prado
13	Gustavo Pimentel
14	Haroldo Da Gama Torres
15	Leonardo Nicolas Letelier Pimstein
16	Marcel de Almeida Fukayama
17	Marco Gorini
18	Mauro Alberto Romano
19	Raphael Oscar Klein
20	Rob Packer
21	Rodrigo Menezes
22	Ronaldo Tenorio De Freitas
23	Vivianne Naigeborin
24	Acelera Partners
25	Artemisia
26	Ashoka
27	Bemtevi
28	Ceats
29	Din4mo
30	FTFS
31	GEEKIE
32	Hand Talk

33	ICE
34	Impact Hub São Paulo
35	Instituto Sabin
36	IPE
37	Joy Street
38	Konkero
39	Kviv Ventures
40	MOV Investimentos
41	Omidyar Network
42	Potencia Ventures
43	Saútil
44	Sistema B
45	SITAWI
46	Social Good Brasil
47	VOX Capital
48	MOVE
49	Kelly Michel Souza
50	Village

Fonte: Elaboração própria

Como nos grafos, o primeiro nó do par é a ponta inicial da aresta e o segundo nó é a ponta final, as análises foram feitas sempre partindo do indivíduo, como ilustrado na Figura 22. Como por exemplo, o agente Beto Scretas, representado pelo nó 2, aparece no espaço em duas posições diferentes, na equipe da organização Intermediária Bemtevi (nó 27) e como autor nas publicações da Produtora de conhecimento FTFS (nó 30).

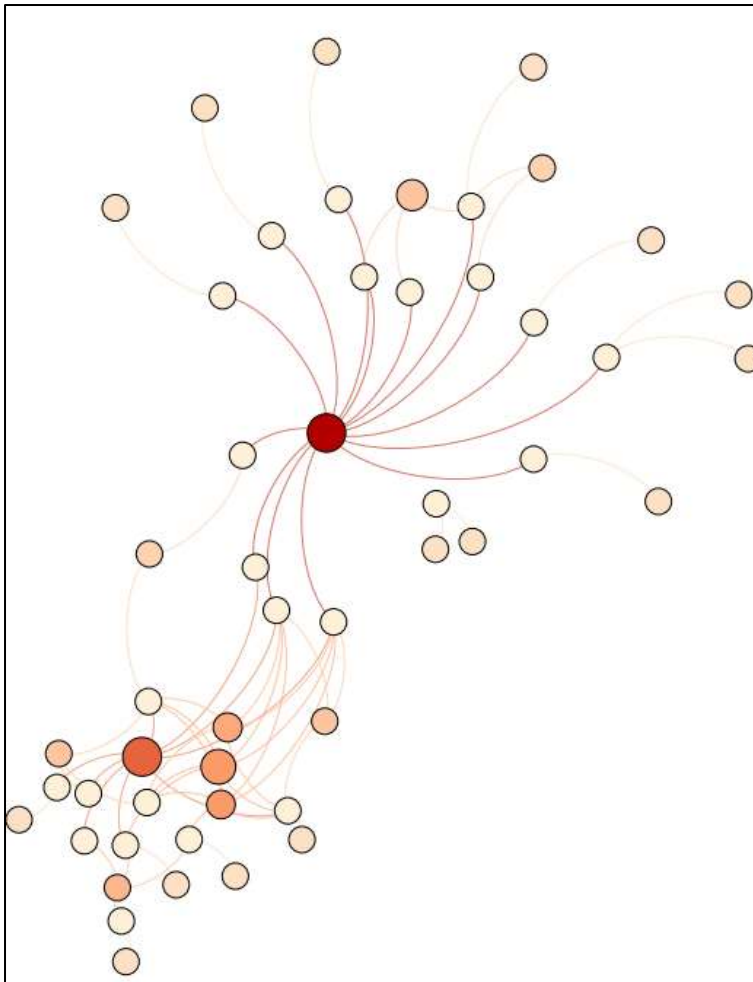
Figura 22: Grafo 1 das organizações com o maior número de agentes que ocupam mais de uma posição no espaço



Fonte: Elaboração própria

O nó com maior número de entradas, representado pela cor mais forte é a Artemisia, reafirmando que a análise do espaço é realizada em relação a ela. A FTFS é o segundo nó com mais conexões de entrada, e, portando, a organização que mais tem conexões com agentes de posições diferentes no espaço. Seguido pelo CEATS, ICE, Ashoka, Bemtevi, SITAWI e Vox Capital. A Figura 23 mostra o mesmo grafo da Figura 22 com outra formatação gráfica, apenas para evidenciar a distribuição dos agentes e a centralidade das organizações Artemisia e FTFS.

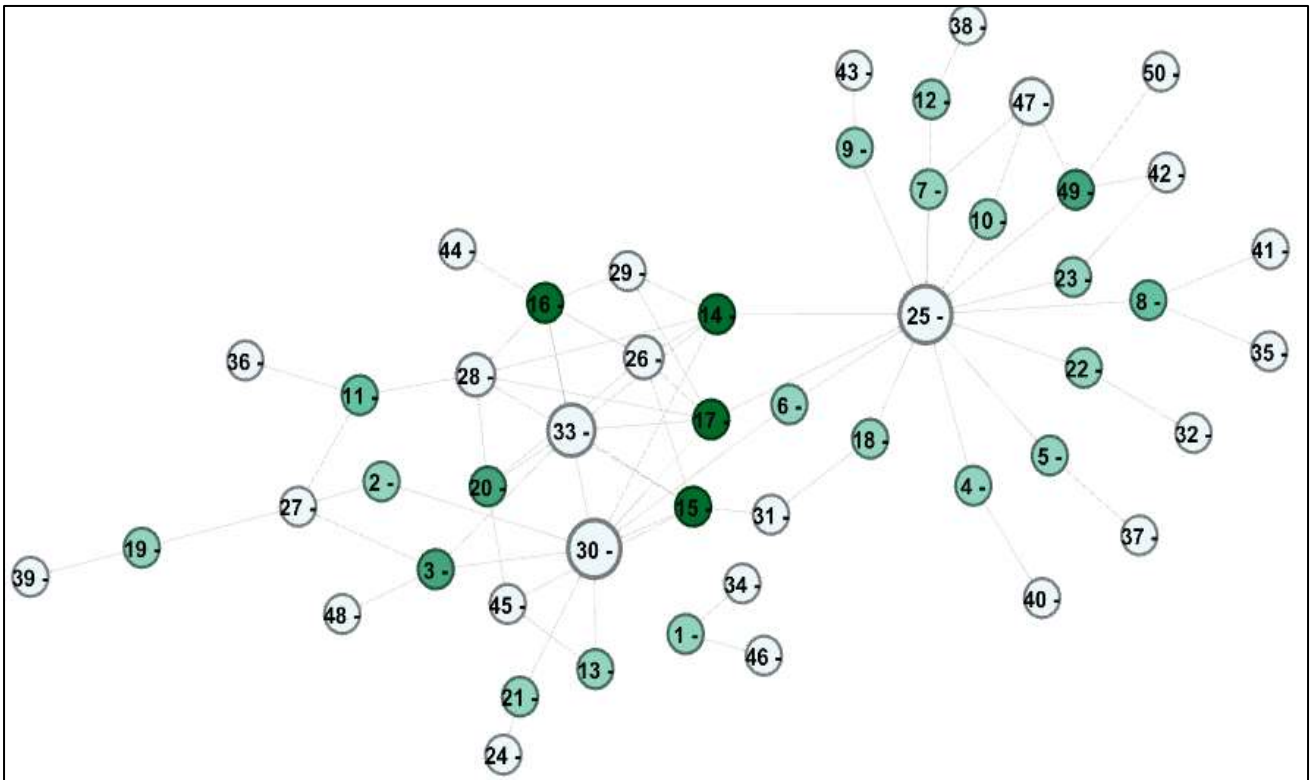
Figura 23: Grafo 2 das organizações com o maior número de agentes que ocupam mais de uma posição no espaço



Fonte: Elaboração própria

A mesma análise realizada agora em função dos indivíduos, ou seja, evidenciando quais agentes possuem mais conexões de saída, resulta na Figura 24. Os agentes com mais conexões, um total de 6, foram: Haroldo Da Gama Torres, que atua nas organizações Artemisia, Ashoka, CEATS, Din4mo, FTS, e ICE; Leonardo Nicolas Letelier Pimstein ligado ao CEATS, ICE, FTFS, Ashoka SITAWI e GEEKIE; Marcel de Almeida Fukayama ligado ao CEATS, ICE FTS, Din4mo, Ashoka e Sistema B; e Marco Gorini ligado CEATS, ICE FTS, Din4mo, Ashoka e Artemisia.

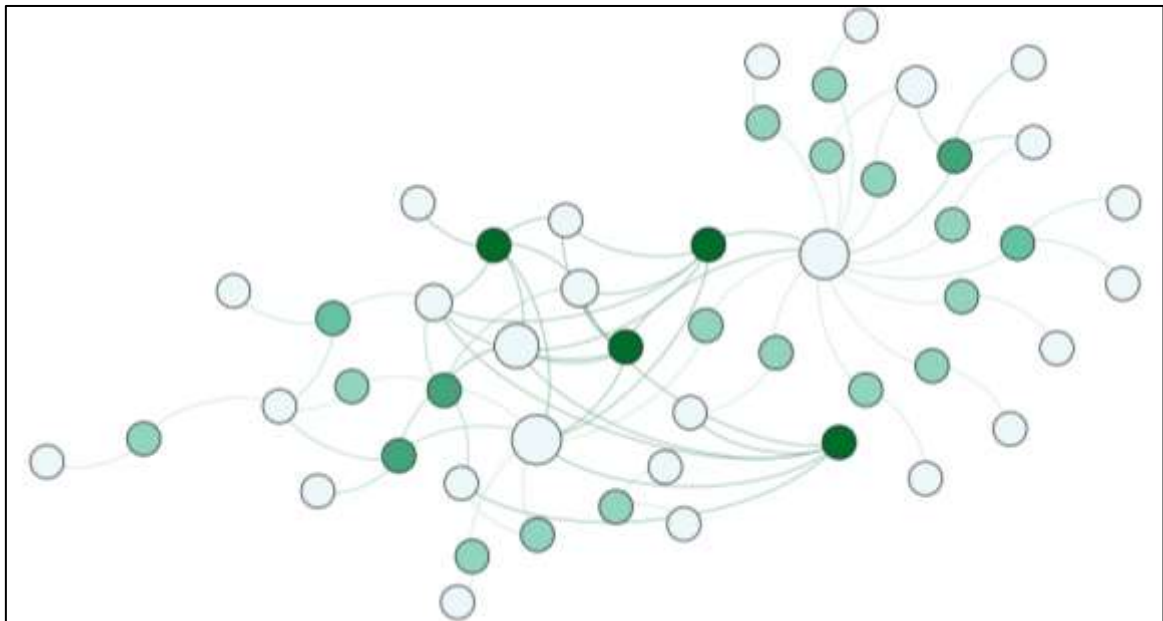
Figura 24: Grafo 1 dos indivíduos com o maior número de conexões no espaço



Fonte: Elaboração própria

A Figura 25 mostra o mesmo grafo da Figura 24 com outra formatação gráfica, apenas para evidenciar a distribuição dos agentes.

Figura 25: Grafo 2 dos indivíduos com o maior número de conexões no espaço



Fonte: Elaboração própria

Capítulo 5. Discussões e Conclusões

O objetivo deste trabalho foi entender o que é Negócio Social no Brasil por meio da análise da organização Artemisia. Partindo do princípio de que o comportamento econômico é diretamente ligado aos capitais adquiridos pelos agentes e considerando o impacto da estrutura social sobre os fenômenos econômicos, a base para construção e análise do objeto de pesquisa foi inspirada no conceito de espaço social de Bourdieu. Observando o surgimento de um novo modelo de negócio que desafia a ordem das lógicas Tracionais e de Impacto, assumiu-se que se trata de um espaço social em formação. O Negócio Social supõe uma nova relação entre o empresário e a sociedade, tornando imperativo saber quem são esses agentes e como se distribuem na composição do novo espaço. A hipótese de um novo espaço social sugere uma rede de vínculos sociais e econômicos que dão ao grupo sua unidade, demandando uma investigação dessa estrutura. Entender como o espaço social é formado, quem são e como estão posicionados os agentes em relação ao sistema econômico é o ponto de partida do esforço para se entender o novo modelo organizacional. Além de compreender o funcionamento da organização Artemisia, foi realizado um esboço do espaço social formado ao seu redor.

A falta de consenso sobre o conceito do Negócio Social, desde o próprio termo a ser utilizado até o modelo de negócio implementado, evidencia a disputa pela hegemonia do espaço inclusive na esfera acadêmica. A variedade de cursos disponíveis pode ser vista como um indicador de que o espaço está em processo de expansão. Instituições de ensino como ESPM, FAE, FGV, IESP, Insper, PUC e USP oferecem disciplinas, cursos de extensão, MBA e até pós-graduação com tema central em Negócios de Impacto Social. Entre os 25 cursos encontrados, apenas 7 são gratuitos e a faixa de valores de inscrição para a maioria dos cursos presenciais são indícios da estrutura de distribuição de capital cultural no espaço.

O novo modelo organizacional integra lógicas de espaços distintos, Tradicional e de Impacto, mas poucos agentes vindos de espaços com predomínio da lógica de Impacto constituem o espaço acerca da Artemisia. A análise da trajetória profissional dos agentes mostra que a maioria pertence ao universo dos negócios tradicionais. Não há uma formatação legal que define o

Negócio Social brasileiro, e a maioria das organizações analisadas têm formato legal de empresas tradicionais. A análise dos empresários, que são entendidos como clientes da Artemisia, desde que adquiriram seus serviços ao passar pelo programa de aceleração, indica que os serviços oferecidos pela Artemisia são destinados, principalmente, aos indivíduos da esfera de Negócios Tradicionais, que possuem outras empresas e capital econômico adquirido em espaços da Lógica Tradicional que agora pretendem investir no novo espaço dos Negócios Sociais.

Além das empresas de Impacto Social, foram identificadas outras organizações que disputam o espaço no Brasil, que foram chamadas de Intermediários e Produtores de Conhecimento. A posição dos Intermediários, que além de oferecerem serviços similares a uma consultoria aos empresários que desejam atuar no espaço dos Negócios Sociais, fornecem também uma espécie de validação, de reconhecimento a seus clientes. Apesar de não haver nenhuma certificação específica, ou a tendência da criação de algo nesse sentido no espaço, ter adquirido os serviços de algum Intermediário funciona como um processo de legitimação dentro do espaço. Esta é uma possível explicação para o fato de todo ano, 15 empresas em média, investirem o valor de 15 mil reais para o processo de aceleração da Artemisia mesmo sem garantias de investimento, considerando que nos últimos 6 anos, apenas 48% das empresas participantes receberam investimento ao final da aceleração.

Os Produtores de Conhecimento se mostram em disputa pela posse do referencial conceitual legítimo do espaço como indicam as diversas publicações destinadas aos interessados em Negócios Sociais onde cada agente defende desde uma definição e um termo a ser utilizado entre tantos outros, a modelos de negócio aceitos e as organizações consideradas e citadas como legítimas. Como na dinâmica dos espaços sociais, a posição ocupada pelos agentes se torna alvo de disputas que influenciam na estabilidade ou na mudança da estrutura do espaço, fazendo com que a reprodução da posição esteja relacionada com a conservação de sua estrutura. Quando a publicação de um Produtor de Conhecimento é aceita por diversos agentes do espaço, como é o caso da publicação da Carta de Princípios publicada pela FTFS, não só a publicação, mas o Produtor de Conhecimento também se legitima. Em um levantamento realizado com diversas empresas focadas em Negócios de

Impacto, quando questionadas sobre qual a sua própria definição do conceito, várias delas responderam que adotam a definição da Carta de Princípios, indicando que a publicação ganhou legitimação no espaço. Quando uma organização publica um material como este, além do atingir o objetivo formal da publicação, que pode ser o de mapear, medir ou analisar o espaço, ela está divulgando não só o seu próprio conceito do que é um Negócio de Impacto Social, mas também a forma como ela entende o espaço, como vê as organizações que o compõem, suas limitações e capacidades. Como se trata de um espaço em formação, ao fazer isso, cada organização Produtora de Conhecimento acaba por organizar o espaço, contribuindo para sua estruturação, seja pela disseminação de um modelo de negócio em lugar de outro, pela legitimação de agentes reguladores ou pela institucionalização de certos mecanismos que acabam por moldar o espaço, direcionando as organizações e o próprio espaço como um todo. As definições, os modelos de negócio e as organizações mais divulgadas pelos agentes em posição dominante no embate da produção de conhecimento, tendem a ser incorporadas e seguem a caminho da institucionalização. Por isso, a análise dos capitais de cada agente pode indicar quais as diferenças que os capacitam para organizar as práticas e as representações dos demais agentes no espaço. O exemplo da Carta de Princípios mostra como os Produtores de Conhecimento têm a capacidade de regulamentar e institucionalizar o espaço, pois apesar de existirem outras iniciativas similares, com diversas outras publicações, o fato de uma delas ser aceita e tomada como referencial norteador do espaço revela que há diferença na distribuição de capitais entre os agentes, sugerindo que a legitimidade de certos agentes se relaciona ao fato destes possuírem maior capital simbólico - prestígio relacionado à suposição da posse dos demais capitais.

O espaço social onde se passam transformações pode ser observado ao mesmo tempo como consequência e como condição de tais transformações, e a condição econômica dos agentes está diretamente ligadas às suas disposições econômicas. A aceleradora Artemisia, que oferece o programa de aceleração com o valor de investimento de R\$15.000,00, se dedica a “encontrar talentos para mudar o mundo” (ARTEMISIA, 2017) e incentiva a busca por carreiras de significado: “Muitas pessoas deixam de seguir suas vocações e suas paixões,

com medo de arriscar algo novo. As garantias podem ser menores, as incertezas podem ser maiores que as recompensas imediatas — ainda assim, há espaço para uma transição de carreira significativa” (ARTEMISIA, 2017). Porém, existem condições materiais de existência (BOURDIEU, 1979) que influenciam a relação que os agentes têm com o futuro. A capacidade para formar um projeto, individual ou coletivo, de criar e construir possibilidades objetivas de futuro são disposições que têm sua gênese enraizada nas condições econômicas e sociais de cada ator. No pensamento de Bourdieu, tanto a forma de pensar como a de não pensar o futuro define a situação de classe do agente e são definidas pela sua situação econômica, estando aí a gênese de todas as suas práticas. Quando olha para o desencantamento do mundo na transição de sociedades pré-capitalistas, Bourdieu (1979) avalia que o alargamento do campo dos possíveis se relaciona diretamente com as condições materiais de existência de cada indivíduo. As aspirações têm os mesmos limites do campo das possibilidades objetivas, assim, as esperanças de futuros são mais próximas da realidade quanto maiores às possibilidades concretas que podem ser analisadas por índices como o nível de instrução e o rendimento. O campo do futuro real, o que é realmente acessível, se aproxima dos rendimentos e da elevação na hierarquia social. O futuro a que cada ator se propõe tem gênese na classe social à qual ele pertence. As disposições econômicas fazem referência à situação econômica e social que estrutura toda a experiência através da mediação da apreensão subjetiva do futuro objetivo e coletivo por cada ator. A cada uma das condições econômicas e sociais corresponde um sistema de práticas e de disposições organizados em torno da relação ao futuro que aí se acha implicada (BOURDIEU, 1979). Pensando nisso, no decorrer das análises de estrutura organizacional e trajetória profissional dos agentes relacionados à Artemisia, foram identificados alguns agentes que indicam a presença de uma elite do espaço da Lógica Tradicional no espaço social objeto deste estudo. Como é o caso do fundador da Investidora Kviv Ventures e sócio do Negócio de Impacto Avante, que é herdeiro da maior rede de varejo do Brasil, a Casas Bahia do qual é sócio e responsável pela associação Casas Bahia e Ponto Frio. Outros herdeiros de grandes empresas tradicionais como do Grupo Odebrechet e da JSL Logística, maior empresa da área do país, atuam no espaço como sócios ou investidores de Negócios de Impacto. Além da presença de herdeiros, outros

exemplos de agentes com capitais adquiridos no espaço dos Negócios Tradicionais, são as organizações como os fundos Mov Investimentos, criado pelos fundadores da empresa Natura, a Virtuose, criado pela família que detém 20% das ações do grupo Odebrecht e a Vox Capital, criada pelo herdeiro de um dos maiores conglomerados privados do país, o grupo Votorantim.

A presença do setor público não foi identificada no espaço até a criação da FTFS, que além de se mostrar articuladora de investimentos privados, como no caso da criação do grupo de Fundações e Institutos de Impacto (FIIMP), que reúne organizações como as Fundações Lemann, Raízen, Telefônica Vivo, Vale, Instituto Ayrton Senna e Instituto Coca-cola, apresentou uma estratégia de articulação de investimentos do setor público através do mapeamento de recursos disponíveis para os Negócios de Impacto por meio de investimentos estatais que inclui o BNDES e parcerias público privada. A estratégia de FTFS vai de encontro às limitações do espaço propostas pelo PNUD (2015): alta carga tributária, ineficiência burocrática, ambiente regulatório ineficiente, falta de incentivos e infraestrutura deficiente dos Negócios de Impacto brasileiros.

Como última conclusão, podemos considerar a dinâmica de atuação das organizações que atuam como Intermediárias no espaço, que apesar de que intuitivamente pudessem ser consideradas concorrentes, já que apresentam propostas e serviços similares para o mesmo público alvo, revelou que elas não concorrem entre si, se apresentam como parceiras e possuem diversos agentes em comum em suas estrutura, o que levanta um questionamento quanto ao futuro: será que os Intermediários que não investem serão extintos dando lugar aos Investidores que fazem o próprio processo de aceleração? Sem informações suficientes para alcançar o espaço como um todo ou predizer o futuro dessas organizações, é possível apenas afirmar a existência de um circuito de legitimação que se dá entre os diferentes agentes do espaço, que em meio a diversas disputas legitimam-se uns aos outros.

Quanto ao objetivo do trabalho, acredito que os levantamentos e análises realizadas atingiram os objetivos propostos, e penso que a maior limitação se mostre na ausência de entrevistas e busca por dados primários. Apesar da enorme vontade de conhecer e poder entender a visão dos diversos agentes do espaço, de ir além dos dados oficiais de cada organização, não houve tempo para tal. E para que seja possível desnudar as estruturas que muitas vezes

acabam sendo naturalizadas sem que antes sejam entendidas durante a formação do novo espaço social, este trabalho pretende ter continuidade em pesquisas futuras com objetivo de identificar a formação deste novo espaço social, com suas disputas, princípios de construção e mecanismos de reprodução.

Referências

ARTEMISIA, Negócios Sociais. Disponível em: <<http://www.artemisia.org.br/>> Último acesso em: 01 ago. 2017.

AUSTIN, James; STEVENSON, Howard; WEI-SKILLERN, Jane. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, v. 30, n. 1, p. 1-22, 2006.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*.(1977). Lisboa (Portugal): Edições, 70.

BORZAGA, Carlo; DEFOURNY, Jacques. Conclusions. *Social enterprises in Europe: a diversity of initiatives and prospects. The emergence of social enterprise*, p. 350-370, 2001.

BORZAGA, Carlo; DEPEDRI, Sara; GALERA, Giulia. Interpreting social enterprises. *Revista de Administração (São Paulo)*, v. 47, n. 3, p. 398-409, 2012.

BORZAGA, Carlo; GALERA, Giulia. The concept and practice of social enterprise. Lessons from the Italian Experience. *International Review of Social Research*, v. 2, n. 2, p. 85-102, 2012.

BOURDIEU, Pierre. Espaço social e espaço simbólico. *Razões práticas*, p. 13-34, 1996.

BOURDIEU, Pierre. O desencantamento do mundo. *O desencantamento do mundo*, 1979.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 1989.

BOURDIEU, Pierre. *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard university press, 1984.

BOURDIEU, Pierre; MICELI, Sergio. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

BRANDÃO, Daniel; CRUZ, Célia; ARIDA, Anna Livia. *Métricas em negócios de impacto social: Fundamentos*. São Paulo-SP: Empresarial, ICE-Instituto de Cidadania e MOVE-Avaliação e Estratégia, 2014.

BUGG-LEVINE, Antony; EMERSON, Jed. Impact investing: Transforming how we make money while making a difference. *Innovations*, v. 6, n. 3, p. 9-18, 2011.

CAMPBELL, Sandy. Social entrepreneurship: how to develop new social-purpose business ventures. *Health care strategic management*, v. 16, n. 5, p. 17-18, 1998.

COMINI, Graziella; BARKI, Edgard; AGUIAR, Luciana Trindade de. A three-pronged approach to social business: a Brazilian multi-case analysis. *Revista de Administração (São Paulo)*, v. 47, n. 3, p. 385-397, 2012.

CONCLA. Comissão Nacional de Classificação. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/estrutura/natjur-estrutura/natureza-juridica-2016.html>. Acesso em 11/10/2017.

DEES, J. Gregory et al. *The meaning of social entrepreneurship*. 1998.

DEFOURNY, Jacques; NYSSSENS, Marthe. Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of social entrepreneurship*, v. 1, n. 1, p. 32-53, 2010.

DEFOURNY, Jacques; NYSSSENS, Marthe. Social enterprise in Europe: recent trends and developments. *Social enterprise journal*, v. 4, n. 3, p. 202-228, 2008.

DONADONE, Julio Cesar. Imprensa de negócios, dinâmica social e os gurus gerenciais. *ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO (EnANPAD)*, v. 24, 2000.

DUMONT, Katia et al. Panorama do setor de investimento de impacto na América Latina: resultados de mercado 2014-2015; foco especial no Brasil, Colômbia e México. 2016

ELSEVIER *Ciência e Tecnologia*. 2016. Disponível em: <<http://elsevier.com/solutions/scopus>>. Acesso em: 12 jun. 2016.

FERNANDES, Rubem César. O que é o terceiro setor?. *Revista do legislativo*, Belo Horizonte, n. 18, p. 26-30, abr./jun. 1997, 1997.

FOLHA. Folha de S. Paulo. São Paulo. Disponível em: <<http://www.folha.uol.com.br/>>. Último acesso em, 10 de fevereiro de 2016.

FREEMAN, E.R. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Marshfield: Pitman Publishing Inc, 1984.

FTFS. *Força Tarefa de Finanças Sociais*, 2017. Disponível em: <<http://forcatarefafinancassociais.org.br>> Último acesso em: 15 jan. 2018.

_____. *Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil*, 2015a.

_____. *Equity Crowdfunding: O que é, e como pode ser utilizado*, 2017b.

_____. *Mapeamento dos Recursos Financeiros disponíveis no Campo Social do Brasil*, 2015b.

_____. *Pesquisa de Intermediários do Ecossistema de Finanças Sociais e Negócios de Impacto*, 2015c.

_____. *Parecer Jurídico sobre Investimento de Fundações e Associações sem fins de lucro no campo de Finanças Sociais*, 2016.

GALERA, Giulia; BORZAGA, Carlo. Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation. *Social enterprise journal*, v. 5, n. 3, p. 210-228, 2009.

GALVÃO, C. M.; SAWADA, N. O.; TREVISAN, M. A. Revisão sistemática: recurso que proporciona a incorporação das evidências na prática da enfermagem. *Rev Lat Am Enferm*. 2004; 12 (3): 549-56. *Rev Esc Enferm USP*, v. 43, n. 2, p. 465-71, 2009.

GRANOVETTER, Mark S. et al. (Ed.). *The sociology of economic life*. Boulder, CO: Westview press, 2001.

GRANOVETTER, Mark. The impact of social structure on economic outcomes. *The Journal of economic perspectives*, v. 19, n. 1, p. 33-50, 2005.

HAIGH, Nardia; HOFFMAN, Andrew J. The new heretics: Hybrid organizations and the challenges they present to corporate sustainability. *Organization & Environment*, v. 27, n. 3, p. 223-241, 2014.

HIGGINS, Julian PT et al. (Ed.). *Cochrane handbook for systematic reviews of interventions*. Chichester: Wiley-Blackwell, 2008.

LIBERATI, Alessandro et al. The PRISMA statement for reporting systematic reviews and meta-analyses of studies that evaluate health care interventions: explanation and elaboration. *Annals of internal medicine*, v. 151, n. 4, p. W-65-W-94, 2009.

MAIR, Johanna; MARTI, Ignasi. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, v. 41, n. 1, p. 36-44, 2006.

MORGAN, J. P. *Impact Investments. An Emergent Asset Class*. Global Research. 2010.

PEREDO, Ana Maria; MCLEAN, Murdith. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of world business*, v. 41, n. 1, p. 56-65, 2006.

PNUD, Fundação Dom Cabral. *Mercados inclusivos no Brasil: desafios e oportunidades de ecossistemas de negócios*, 2015.

PRAHALAD, Coimbatore Krishna. *The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits, Revised and Updated 5th Anniversary Edition*. Wharton School Publishing, 2009.

QUINTESSA, Instituto. *Guia 2.5: Guia para o desenvolvimento de negócios de impacto 2015*. Disponível em: <http://www.guiadoisemeio.com.br/>. Acesso em: 06/12/2017

SAMPAIO, Rosana Ferreira; MANCINI, Marisa Cotta. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. *Braz. J. Phys. Ther.(Impr.)*, v. 11, n. 1, p. 83-89, 2007.

SCHUMPETER, Joseph A. *The Theory of Economic Development* (Cambridge, Mass., 1934). SchumpeterThe Theory of Economic Development1934, 1957.

SCOPUS. What does it cover? Disponível em: <http://elsevier.com/solutions/scopus/>>. Acesso em 24 jul. 2016.

SEBRAE. Principais etapas para se formar uma associação. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/principais-etapas-para-se-formar-uma-associacao>. Acesso em 23/08/2017.

SEELOS, Christian; MAIR, Johanna. Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business horizons*, v. 48, n. 3, p. 241-246, 2005.

VOSGERAU, D. S. R.; ROMANOWSKI, Joana Paulin. Estudos de revisão: implicações conceituais e metodológicas. *Revista Diálogo Educacional*, v. 14, n. 41, p. 165-189, 2014.

YUNUS, Muhammad. *Criando um Negócio Social: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade*. Elsevier, 2010.

YUNUS, Muhammad; WEBER, Karl. Um mundo sem pobreza: a empresa social eo futuro do capitalismo. Ática, 2008.

APÊNDICE 1 – Revisão sistemática

Este apêndice apresenta os dados coletados na revisão sistemática da produção acadêmica realizada no capítulo 2.Negócio Social, no item 2.1.Um conceito ainda em desenvolvimento.

O Quadro 45 apresenta os artigos que atenderam todos os critérios de inclusão, por ordem alfabética do primeiro autor.

Quadro 45: Referência bibliográfica dos artigos incluídos na revisão sistemática

Nº	Referência
1	AKLIN, Will M. et al. A therapeutic workplace for the long-term treatment of drug addiction and unemployment: Eight-year outcomes of a social business intervention. <i>Journal of substance abuse treatment</i> , v. 47, n. 5, p. 329-338, 2014.
2	AOKI, Kana. Coffee as a livelihood support for small farmers: A case study of Hamsapur Village in Nepal. Proquest, Umi Dissertatio, 2011.
3	AYDIN, Necati. Islamic social business for sustainable development and subjective wellbeing. <i>International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management</i> , v. 8, n. 4, p. 491-507, 2015.
4	BARKI, Edgard et al. Social entrepreneurship and social business: Retrospective and prospective research. <i>Revista de Administração de Empresas</i> , v. 55, n. 4, p. 380-384, 2015.
5	CLAMP, Christina A.; ALHAMIS, Innocentus. Social entrepreneurship in the Mondragon Co-operative Corporation and the challenges of successful replication. <i>Journal of Entrepreneurship</i> , v. 19, n. 2, p. 149-177, 2010.
6	DALSACE, Frédéric et al. The Poverty Penalty in France: How the Market Makes Low-Income Populations Poorer. <i>Field Actions Science Reports. The journal of field actions</i> , n. Special Issue 4, 2012.
7	MOURA, ANITA; COMINI, Graziella; TEODOSIO, Armindo Dos Santos De Sousa. The International Growth of a Social Business: A Case Study. <i>Revista de Administração de Empresas</i> , v. 55, n. 4, p. 444-460, 2015.
8	GERMAN, Michael; SEINGHENG, Hul; SENGUPTA, Arup K. Mitigating arsenic crisis in the developing world: role of robust, reusable and selective hybrid anion exchanger (HAIX). <i>Science of the Total Environment</i> , v. 488, p. 547-553, 2014.
9	IIZUKA, Edson Sadao; VARELA, Carmen Augusta; LARROUDÉ, Elisa Rodrigues Alves. Social business dilemmas in Brazil: Rede Asta case. <i>Revista de Administração de Empresas</i> , v. 55, n. 4, p. 385-396, 2015.
10	INGRAM, Verina; NJIKEU, Justin. Sweet, sticky, and sustainable social business. <i>Ecology and Society</i> , v. 16, n. 1, 2011.
11	JÄGER, Urs P.; SCHRÖER, Andreas. Integrated organizational identity: a definition of hybrid organizations and a research agenda. <i>VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations</i> , v. 25, n. 5, p. 1281-1306, 2014.
12	KOVALENKO, Nadiya O. Social business planning as the economic method of state policy development management. <i>Актуальні проблеми економіки</i> , n. 11, p. 109-112, 2013.
13	KRUPA, Terry et al. Employer perceptions of the employability of workers in a social business. <i>Psychiatric rehabilitation journal</i> , v. 39, n. 2, p. 120, 2016.
14	KUMAR, Manoj; MUCKERJEE, Rohini. Safe drinking water for rural populations in India: An effective service delivery model by Naandi Foundation. <i>The journal of field actions</i> , n. Special Issue 12, 2014.
15	LEAL, A. L. C. A.; FREITAS, A. A. F.; FONTENELE, R. E. S. Criação de Valor no Empreendedorismo Social: Evidências a Partir da Comparação com o Empreendedorismo Comercial. <i>Revista de Gestão Social e Ambiental</i> , v. 9, n. 1, p. 51-65, 2015.
16	MATEI, Lucica; MATEI, Ani. The single market and the social enterprise. <i>International Review on Public and Nonprofit Marketing</i> , v. 12, n. 1, p. 63-77, 2015.

17	MCCANN, Dennis. The Principle of Gratuitousness: Opportunities and Challenges for Business in «Caritas in Veritate». <i>Journal of business ethics</i> , v. 100, n. 1, p. 55-66, 2011.
18	PARISSE, Merryl. Developing local dairy production: the Laiterie du Berger, Senegal. <i>Field Actions Science Reports. The journal of field actions</i> , v. 6, 2012.
19	PETRINI, Maira; SCHERER, Patrícia; BACK, Léa. Business model with a social impact. <i>Revista de Administração de Empresas</i> , v. 56, n. 2, p. 209-225, 2016.
20	RASHID, Saif. JITA Social Business Bangladesh Limited: Reaching the unreachable in Bangladesh. <i>Field Actions Science Reports. The journal of field actions</i> , n. Special Issue 12, 2014.
21	SCHIEFFER, Alexander; LESSEM, Ronnie. Beyond social and private enterprise: towards the integrated enterprise. <i>Transition Studies Review</i> , v. 15, n. 4, p. 713-725, 2009.
22	SCHNEIDER, Felicitas. The evolution of food donation with respect to waste prevention. <i>Waste Management</i> , v. 33, n. 3, p. 755-763, 2013.
23	SHAPIRO, Stanley J. Macromarketing Teaching Materials A Forty-Year Retrospective. <i>Journal of Macromarketing</i> , v. 32, n. 4, p. 412-416, 2012.
24	SMITH, Wendy K.; GONIN, Michael; BESHAROV, Marya L. Managing social-business tensions: A review and research agenda for social enterprise. <i>Business Ethics Quarterly</i> , v. 23, n. 03, p. 407-442, 2013.
25	SODHI, ManMohan S.; TANG, Christopher S. Supply-Chain Research Opportunities with the Poor as Suppliers or Distributors in Developing Countries. <i>Production and Operations Management</i> , v. 23, n. 9, p. 1483-1494, 2014.
26	SONNE, Lina. Innovative initiatives supporting inclusive innovation in India: Social business incubation and micro venture capital. <i>Technological Forecasting and Social Change</i> , v. 79, n. 4, p. 638-647, 2012.
27	VELAMURI, S. Ramakrishna; ANANT, Priya; KUMAR, Vasantha. Doing well to do good: Business model innovation for social healthcare. <i>Business Models and Modelling (Advances in Strategic Management, Volume 33)</i> Emerald Group Publishing Limited, v. 33, p. 279-308, 2015.
28	WILSON, Fiona; POST, James E. Business models for people, planet (& profits): exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation. <i>Small Business Economics</i> , v. 40, n. 3, p. 715-737, 2013.
29	WITKOWSKA, Janina. Corporate Social Responsibility: Selected Theoretical and Empirical Aspects. <i>Comparative Economic Research</i> , v. 19, n. 1, p. 27-43, 2016.
30	YUNUS, Muhammad; SIBIEUDE, Thierry; LESUEUR, Eric. Social Business and big business: innovative, promising solutions to overcome poverty?. <i>Field Actions Science Reports. The journal of field actions</i> , n. Special Issue 4, 2012.
31	YUNUS, Muhammad; MOINGEON, Bertrand; LEHMANN-ORTEGA, Laurence. Building social business models: Lessons from the Grameen experience. <i>Long range planning</i> , v. 43, n. 2, p. 308-325, 2010.

Fonte: Elaboração própria

O Quadro 46 mostra a variável Palavra-chave, que identifica quais as palavras-chave utilizadas pelos autores dos artigos que foram incluídos na revisão sistemática.

Quadro 46: Frequência das palavras-chave dos artigos

Palavra-chave	Frequência
Empreendedorismo Social	10
Empresa Social	8
Modelo de Negócio	7
Empreendedorismo	6
Inovação	5
Responsabilidade Social Corporativa	4
Índia	3
Organização Híbrida	3
Sustentabilidade	3
Base da Pirâmide	2
Cadeia de Valor	2
Criação de Valor	2
Desenvolvimento Rural	2
Desenvolvimento Sustentável	2
Envolvimento da Comunidade	2
Macromarketing,	2
Negócios Inclusivos	2
Pobreza	2
Valor social	2

Fonte: Elaboração própria

A variável Conceito busca analisar a definição utilizada por cada autor para se referir à organização considerada como um Negócio Social e o Quadro 47 relaciona as características encontradas na definição do conceito de cada artigo com as categorias de análise.

Quadro 47: Relação entre as características encontradas em cada artigo na definição do conceito com as categorias de análise

Artigo/ Categoria	Modelo de Negócio		Objetivo			Lucros		Tags					
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1					x						x		
2	x				x		x				x		x
3	x				x	x		x	x	x		x	
4	x				x	x	x	x	x			x	x
5													
6								x					
7	x				x	x	x	x	x		x		x
8													
9					x	x	x	x	x			x	x
10													
11	x				x	x			x	x		x	x
12					x				x				
13					x						x		
14					x		x						
15	x				x			x	x		x		x
16	x				x	x			x	x	x		
17	x				x	x						x	x
18					x	x							
19	x				x	x	x	x	x		x		x
20								x				x	
21	x				x				x		x	x	x
22													
23	x						x		x	x			
24					x			x	x		x	x	x
25					x	x	x	x				x	
26													
27	x				x	x	x	x			x		
28					x				x	x			x
29													
30	x				x	x		x	x	x	x	x	x
31	x				x	x			x	x		x	

Fonte: Elaboração própria

As referências com maior número de citações dentre as 1028 referências citadas nos artigos da revisão são apresentadas no Quadro 48. Foram consideradas relevantes as referências citadas nos artigos por pelo menos mais de duas vezes.

Quadro 48: Referências com maior número de citações nos artigos

Referência	Citações
Prahalad, C.K., (2004) <i>The Fortune At the Bottom of the Pyramid</i> , , Pearsons, NJ	8
Yunus, M., (2007) <i>Creating a World Without Poverty</i> , , Public Affairs"	8
Dees, J.G., The meaning of social entrepreneurship (2001), http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf , May 30, Retrieved from, Original draft published in 1998 Gaiger, L.I., <i>Relações entre equidade e viabilidade nos empreendimentos solidários</i> (2011) <i>Lua Nova</i> , (83), pp. 79-109	8
Mair, J., Marti, I., Social entrepreneurship research: a source of explanation prediction and delight (2006) <i>Journal of World Business</i> , 41 (1), pp. 36-44. , The quotations are from p. 37 and 39	6
Austin, J., Stevenson, H., Social and commercial entrepreneurship: Same, different or both? (2006) <i>Entrepreneurship Theory and Practice</i> , 30 (1), pp. 1-22	4
Comini, G., Barki, E., Aguiar, L., A three-pronged approach to social business: A Brazilian multi-case analysis. (2012) <i>RAUSP-Revista de Administração da Universidade de São Paulo</i> , 47 (3), pp. 385-397	4
Sen, A., (1999) <i>Development as Freedom</i> , , Oxford: Oxford University Press	4
Yunus, M., Moingeon, B., Lehmann-Ortega, L., Building social business models: Lessons from the Grameen experience (2010) <i>Long Rang Planning</i> , 43 (2-3), pp. 308-325"	4
Dees, G.J., <i>Enterprising nonprofits</i> (1998) <i>Harvard Business Review</i> , 76 (1), pp. 54-66	3
Freeman, R.E., (1984) <i>Strategic Management: A Stakeholder Approach</i> , , Boston: Pitman	3
Kerlin, J.A., Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences. (2006) <i>Voluntas-International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations</i> , 17 (3), pp. 246-262	3
Mair, J., Marti, I., Ventresca, M., Building inclusive markets in rural Bangladesh: How intermediaries work institutional voids (2011) <i>Academy of Management Journal</i> , 55 (4), pp. 819-850	3
Porter, M.E., Kramer, M.R., (2011) <i>Creating shared value</i> , , Harvard Business Review: January–February	3
Prahalad, C.K., Hart, S., The fortune at the bottom of the pyramid (2002) <i>Strategy + Business</i> , 1 (26). , http://www.strategy-business.com/ , Retrieved from	3
Seelos, C., Mair, J., Profitable business models and market creation in the context of deep poverty: A strategic view (2007) <i>Academy of Management Perspectives</i> , 21 (4), pp. 49-63	3
Seelos, C., Mair, J., Social entrepreneurship: Create new business models to serve the poor (2005) <i>Bus. Horiz.</i> , 48, pp. 241-246	3
Thompson, J., Macmillan, I., Business models: Creating new markets and societal wealth (2010) <i>Long Range Planning</i> , 43 (2-3), pp. 291-307	3

Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE 2 – Análise de conteúdo

Neste apêndice estão apresentados os dados coletados durante a análise de conteúdo realizada no capítulo 2.Negócio Social, no item 2.2.Negócios Sociais e sua representação na mídia brasileira.

Para avaliação do viés das notícias analisadas, o Quadro 49 mostra os termos utilizados nas reportagens para definição do Negócio Social.

Quadro 49: Termos utilizados para avaliação do viés da notícia na análise de conteúdo

Viés da notícia
"...crescente interesse de financiadores de olho no retorno - social e financeiro - dos projetos."
"...o economista acredita que o empreendedorismo - e não a filantropia - é a solução para a pobreza no mundo. "
"...os negócios sociais serão responsáveis por um novo capitalismo."
"...os negócios sociais serão responsáveis por um novo capitalismo."
"...uma rede que visa diminuir a desigualdade social e elevar a autoestima de mulheres de baixa renda."
"Ao ajudar as pessoas a encontrar seu caminho, eu me encontrei. Sinto-me empoderado."
"As iniciativas brasileiras têm potencial transformador para a indústria têxtil, contribuindo para que o setor se torne mais sustentável em todo o mundo".
"Não alcançamos grandes números rapidamente, mas pequenos resultados são valiosos."
"Nosso modelo propõe fornecer energia elétrica a R\$30 reais mensais , o que daria para iluminar, ouvir rádio e até bombear água e melhorar as condições sanitárias que faltam a 97% dessa população" entusiasma-se Fábio.
"o modelo provoca mudanças sociais efetivas na sociedade"
"O primeiro banheiro que reformamos virou ponto turístico", orgulha-se o empreendedor.
"Os visionários, no início, são diferentes dos outros. Aos poucos, a visão começa a virar alternativa ao sistema. Depois, vai virando tendência até virar cenário.
A empresa que começou com um capital de R\$ 10 mil terá em 2015 receita superior a R\$ 1 milhão.
A organização cria plataformas de transformação sustentável.

A organização gera empregos com produção sustentável.
A organização valoriza jovens e forma talentos
A principal inovação está no impacto social transformador e na visão multiplicadora por meio de negócios sociais autossustentáveis, ambos com suporte de uma gestão diferenciada e profissional de processos.
Empreendedores que mudam o país com iniciativas inovadoras
Empresa social é mais justa
Gonzalo Muñoz está à frente de um negócio de sucesso que sobreviveu a duas tragédias até chegar a uma faturamento anual de US\$ 5 milhões e se expandir para Brasil, Argentina e Colômbia.
Iniciativas promovem a inclusão com rentabilidade
isso é o negócio social, é o progresso compartilhado. Todos ganham: povo, empresa, poder público.
Líderes com soluções eficazes em prol da coletividade
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
Negócio que impactou a qualidade da educação pública no sertão da Bahia.
O concurso tem como objetivo identificar e promover líderes sociais de todo o país que atuam de forma inovadora, sustentável e com forte impacto na sociedade ou em áreas

como ambiente, educação, infância e saúde.
Parceria entre a Folha e a Fundação Schwab, da Suíça, prêmio visa reconhecer e estimular líderes sociais inovadores em todo país
Plataforma digital já atraiu 600 investidores e levantou R\$ 6 milhões para start-ups; boa parte é 'negócio social'
Projetos sociambientais que impactam positivamente a sociedade
Remodelamos nosso negócio social e desenvolvemos uma gestão eficiente, que nos possibilitou triplicar o nosso impacto social

Fonte: Elaboração própria

O Quadro 50 mostra os agentes identificados e a frequência com que foram citados nas reportagens analisadas, por ordem decrescente do número de citações.

Quadro 50: Agentes citados nas reportagens analisadas

Ator social	Citações
Folha	44
Fundação Schwab	44
F123	42
Intituto Chapada de Educação e Pesquisa	40
Fernando Botelho	21
Cybele Oliveira	20
Gastromotiva	14
André Luís Cavalcanti de Albuquerque	9
David Hertz	8
Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento	7
Terra Nova	7
UOL	7
Banco Grameen	6
Fábio Bibancos	6
Tião Rocha	6
Turma do bem	6
Artemisia	5
Ashoka	5
Ceats	5
Cláudio Padua	5

Eugênio Scannavino	5
Gife Grupo de Institutos, Fundações e Empresas	5
Ipê	5
Suzana Padua	5
P&B	4
Sitawi	4
ABCR	3
Adel	3
Cies	3
Graziela Comini	3
Iats	3
Muhammad Yunus	3
Neurônio	3
Roberto Kikawa	3
Saúde e Alegria	3
Storto Advogados	3
Wagner Gomes	3
Associação Lua Nova	2
Associação Viva e Deixe Viver	2
Banco Palmas	2
CEBDS	2
CNI	2
Endeavor	2
<i>Ernst Young Terco</i>	2
Ethos	2
FGV	2
Fundação Avina	2
Fundação Dom Cabral	2
Joaquim de Melo	2
ponteAponte	2
Prêmio Empreendedor Social	2
Programa Vivenda	2
Projeto Uerê	2
<i>Raquel Barros</i>	2
Reicher	2

<i>Rodrigo Brito</i>	2
Sator	2
Sérgio Dávila	2
The hub	2
<i>Valdir Cimino</i>	2
<i>Yvonne de Mello</i>	2
4you2	1
Adaptasurf	1
Ademar Bueno	1
Aerton Paiva	1
AfroReggae	1
Agora SP	1
Aiesec	1
Aldeia infantil SOS Rio Bonito	1
Alfa-USP	1
Aliança Empreendedora	1
Alice Freitas e Rachel Schettino	1
Alinha	1
André Moral	1
Arassussa	1
Ashoka Brasil Junior	1
Ashoka Changemakers	1
Associação Arte Despertar	1
Auire	1
Banco de Tecidos	1
Banco Mundial	1
Banco Pérola	1
<i>Bike Tour SP</i>	1
Broota	1
Caixa	1
<i>Cartier Woman's Initiative Awards</i>	1
Casa Arte de Educar	1
Centro de Estudos do Terceiro Setor da FGV	1
Cláudio Sasaki	1
Cláudio Spínola	1

Composta SP	1
<i>Copenhagen Fashion Summit</i>	1
Cren	1
CVM Comissão de Valores Mobiliário	1
Dell	1
Desafio <i>Fabric for change</i>	1
Diálogo Social	1
Eduardo Bontempo	1
Envolverde	1
Escas	1
ESPM	1
ESPN	1
Evrru	1
Fábrica de Criatividade	1
Fernando Assad	1
Fernando Gil	1
Fernando Rosseti	1
Fia	1
Figueiredo Lopes	1
Flávia de Souza Oliveira	1
Fundo ZL Sustentável	1
G-8	1
Gabriela Flores	1
Geeki	1
Gesc	1
Gisela Solymos	1
Giuliana Ortega	1
Golfieri	1
Gonzalo Munõz	1
Guerreiros sem armas	1
Gustavo Fuga	1
Henrique Saraiva	1
Ideaas	1
Idis	1
IE <i>Business School</i>	1

Igiano Lima	1
Impact Jub	1
Instituto Azzi	1
Instituto C&A	1
Instituto Escola de Notícias	1
Instituto Ethos	1
Instituto Gesc	1
<i>InterCement</i>	1
Jonas Lessa	1
KennethTurner	1
<i>Kirah Design</i>	1
Kombosa Seletiva	1
Lázaro Ramos	1
Livro "Um mundo sem pobreza - A empresa social e o futuro do capitalismo"	1
Lu Bueno	1
Luana Nobre	1
Luciana Coutinho	1
Luiz Ros	1
Make Sense	1
Marcelo Coelho	1
Márcia Woods	1
Maria Christina Rizzi.	1
Mariana Madureira	1
Marianne Costa	1
<i>Master Blue Tree</i>	1
Merege & Mussallem	1
Mirjan Shoening	1
Morada da Floresta	1
Nathalia Sautchuk	1
ONG AfroReggae	1
ONG Brasil	1
PetDelicias	1
Phelipe Nobre	1
Planeta Voluntários	1

Plataforma Sinergia	1
Prêmio Jovem Empreendedor	1
Projeto Bolsa Família	1
Projeto Cozinheiro Cidadão	1
Raízes desenvolvimento sustentável	1
Raley White	1
Rede Asta	1
Regina Guarita	1
Retalhar	1
Roberto Politi	1
Rosana Perrotti	1
Rubens Hary Born	1
Sergio Bispo	1
Setor 2.5	1
SGS	1
Simão Pedro	1
Stacy Flynn	1
Szazi Bechara	1
TAM	1
Terco	1
<i>Timokids</i>	1
Tony Marlon	1
Triciclos	1
Valor Econômico	1
Vivenda	1
Viviane Naigeborin	1
<i>Woman Change Makers</i>	1
Total	541

Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE 3 – Intermediários e Produtores de Conhecimento

Este apêndice apresenta os dados coletados para análise dos Intermediários no esboço do espaço social considerado.

O Quadro 51 mostra os seguintes dados coletados das organizações categorizadas como Intermediários: Formato Jurídico, Autodenominação e Modelo de Receita dos Intermediários.

Quadro 51: Formato jurídico, autodenominação e modelo receita dos Intermediários

COD	Formato Jurídico	Como se denomina	Modelo de receita
1	Associação OSCIP	ONG que identifica e potencializa negócios de impacto social	Doação de PF e PJ; Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Prestação de serviço para o empreendedor.
2	Empresa tradicional	Catalisadora de Negócios de Impacto	Prestação de serviço para empresas; Prestação de serviço para o empreendedor; Taxa de administração e performance de fundo de investimento.
3	Empresa tradicional	Fomentadora de Negócios Sociais	Prestação de serviço para o empreendedor
4	Empresa tradicional	Consultoria e Investidora	Doação de PF e PJ; Prestação de serviço para o empreendedor; Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações.
5	Híbrido: empresa tradicional e associação	Rede	Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Prestação de serviço para o empreendedor.
6	Órgão da Administração Pública	Ministério (MDIC) e Serviço Social Autônomo (Sebrae)	Orçamento Geral da União (OGU); Contribuição de interesse das categorias profissionais ou econômicas.
7	Associação	Aceleradora	Doação de PF e PJ.
8	Associação OSCIP	Aceleradora	Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Prestação de serviço para o empreendedor.
9	Fundação	Incubadora	Doação de PJ; Prestação de serviço para o empreendedor.

10	Empresa Tradicional	Gestora de investimentos	Taxa de administração e performance de fundo de investimento.
11	Empresa Tradicional	Incubadora	Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Prestação de serviço para o empreendedor; Participação acionária nas empresas incubadas.
12	Empresa Tradicional	Fundo de <i>Venture Capital</i>	Taxa de administração e performance de fundo de investimento.
13	Empresa Tradicional	Empresa de Investimentos	Taxa de administração e performance de fundo de investimento.
14	Associação OSCIP	Catalisadora	Doação de PF e PJ; Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações.
15	Fundação	Fundação	Doação de PJ.
16	Empresa Tradicional	Gestora de investimentos	Taxa de administração e performance de fundo de investimento.
17	Empresa Tradicional	<i>Venture Builder</i>	Prestação de serviço para o empreendedor.
18	Associação	Articuladora de um movimento	Doação de PF e PJ; Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Prestação de serviço para o empreendedor.
19	Híbrido	Gestora de Fundos Socioambientais Rotativos	Doação de PF e PJ; Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Taxa de administração dos fundos filantrópicos e socioambientais rotativos.
20	Associação	Rede	Doação, patrocínio e prestação de serviço.
21	Empresa Tradicional	Gestora de investimentos	Taxa de administração e performance de fundo de investimento.
22	Empresa tradicional	Aceleradora	Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Prestação de serviço para o empreendedor.

23	Empresa Tradicional	Aceleradora, investimento e consultoria para projetos de negócios sociais	Prestação de serviço para empresas, institutos e fundações; Taxa de administração e performance de fundo de investimento; Outros: cursos online, palestras e workshops.
----	---------------------	---	---

Fonte: Elaboração própria

O Quadro 52 apresenta as datas de fundação das organizações e a data da iniciativa relacionada aos negócios de Impacto dos Intermediários.

Quadro 52: Datas de fundação e do início das iniciativas em Negócios de Impacto dos Intermediários

Código	Ano Fundação	Ano Iniciativa
1	2004	2010
2	2014	2017
3	2015	2016
4	2014	2016
5	2005	2005
6	1960	2017
7	2011	2013
8	2009	2010
9	1986	1986
10	2011	2012
11	2016	2017
12	2016	2016
13	2012	2012
14	1997	1997
15	1999	2015
16	2016	2016
17	2016	2016
18	2005	2005
19	2008	2008
20	2011	2013
21	2009	2016
22	2014	2014
23	2012	2013

Fonte: Elaboração própria

O portfolio dos Intermediários, ou seja, os clientes de cada organização estão apresentados no Quadro 53.

Quadro 53: Portfólio dos Intermediários

Artemisia	Bemtevi	Instituto Quintessa	Sistema B	Instituto Legado
Banco Pérola	ASID	4YOU2	4YOU2	União de Pais pelo Autismo – UPPA
3ID	PanoSocial	Instituto Muda	99jobs	Transforme Sorrisos
Aec	Cozinha Criativa	HandTalk	ALAYA	Teto
Aondê	Din4mo	Courriers	AMATA	Revelando Olhares
Arkos	Concretta	Catraca Livre	AMMA	Rede Esperança
Arte Despertar	Fábrica de Aplicativos	Markato	ANIYAMI	Quíron
Backpacker	Glic	Instituto Elos	aoka	Projeto Social Vagalumes Curitiba
BIVA	Mais 60 Saúde	nave à vela	Araruna	Lar Moisés
Casa Angela	Recicleiros	QMágico	asta	INSTITUTO DECISÃO DE APOIO SOCIAL – IDAS
Casa Cuca	Programa Vivenda	Tá Na Hora	ASAP	Sociedade Crescer
Clínica +60 Saúde.	BRAERG	Coruja Educação	Avante	Projeto Linyon
Clínica Sim	MGov	joca	AZQUEST	Instituto Bom Aluno
Concretta	ToGarantido	stodi	Baluarte	Elo Apoio Social e Ambiental
CONNECTA MUNDO	NESsT	Elos educaciona	boomera	Pontes de Amor
Controly	Bio Fair Trade	Boomera	brilia	Melanoma Brasil
Coruja Educação	Courriers	Instituto Muda	broota	Oxil Gestão de Resíduos – Ecoatitude
COS Odonto	Retalhar	e-moving	campus brasil	Legenda Sonora
Dataeduc	Social Good Brasil	TC URBES	combio	Centro Educacional Social Schnorr
Dossier Digital	Portal SuperAção	Pé de Feijão	Courriers	Instituto Todas Marias
Dr. Agora	Eduqa.me	Instituto Cidade Jardim	Criando	Centro de Educação João Paulo II
DreamShaper	Lab Fashion	Moradigna	carioteca	Centro de Amparo Jesus Maria José
ECTAS	Vote Consciente	Terra Nova	Casa do Futuro	Badu Design
egalitê	Modellagio	Mestres da Reforma	Cause	Associação Serpiá
Epitrack	Bem Separadas	Cause	cbpack	Associação Crsitã de Assistência Social – ACRIDAS
erêlab	Sumá	Sistema B Brasil	daterra	Passos da Criança
Eruga	Closetnanet - UpCiclo	Move Social	Din4mo	Associação Beneficiente Mãos

	Curadoria em Moda			Unidas
EvoBooks	Casa Geração	Feira Preta	ecosocial	Associação Icaro Marcolin – Instituto Icaro
EWally	Eventos do Bem	A Banca	ecycle	Associação Beneficente das Senhoras de Entre Rios – Projeção
F123	Social Brasilis	1daSul	eureciclo	Associação dos Amigos do Hospital de Clínicas
Fábrica de Aplicativos	resignificando	Doiselles	Eduk	Associação de Pais e Amigos de Surdos – APÁS
GEEKIE	Praças	Bombêla	Fazenda da Toca	Associação AMIGAS DA MAMA – AAMA
Guten News	Risü	Impact Hub	Flavia Aranha	ARIGAF – Associação Ricardo Gadotti Feldmann
Hand Talk	Go Good	Sem Barreiras	Fomenta	#CheerForPeace
IES2	Pandora Pandorinha	Captamos	Granato	APABB – Associação de Pais, Amigos e Pessoas com Deficiência do Banco do Brasil e Comunidade
imaginie	Conexão Liberdade	Instituto C	Grupo Gaia	ABBA Promoção Social – ABBAPS
Incluir Tecnologia	Nutricandies	Lumen	Geekie	AAMPARA
Instituto Alpha Lumen	Politize!	Iniciativa Gaia	Kaeté Investimentos	Universidade Livre para a Eficiência Humana – UNILEHU
Instituto Movere	Surdo para Surdo	Pense Grande	indi.us	Projeto Dorcas
IPTI	MaturiJobs	Hospeday	Insecta	Pequeno Cotelengo Paranaense
Jeitto	Communitor - Smart Communities	Parafuso	Juçaí	Organização de Desenvolvimento do Potencial Humano – ODPH
Joy Street	Instituto HandsFree	Integra Mais	Lagoa	Maternarum – Empreendedorismo Materno
Kidint	Cientista Beta	Pig coin	mãe terra	Instituto Unidos pela Vida
Kidopi	Kaeté Investimentos	Payprev	magik	Instituto Sabrina Belon de Ajuda Humanitária em Desenvolvimento de Tecnologias para Medicina, Acessibilidade e Reabilitação
KIDU	Acreaves	Barkus Educaciona	mais fácil	Instituto Guerreiros de Arte-Reabilitação

		I		
Konkero	Dom Porquito	3 Marias	Maria Faria Filmes	Instituto de Formação e Orientação de Jovens e Adolescentes
Medcloud	Peixes da Amazônia	Mãe & Mais	Materia Brasil	Instituto de Equoterapia Andaluz
Mepilis	Ouro Verde Amazônia	Ensinar DiferenteP apyrus	mayra	Grupo Cultural de Dança Afro Pop Ginga Total
Meritt	Torres Engenharia	PLT 4 Way Learning to Learn	movin	Fundação do Asseio e Conservação do estado do Paraná – FACOP
meu tutor	MOV Investimentos	Rolo de filme	natura	DIA Design Inovação e Arte – Projeto VIVA Design
Mgov	biofílica	Sonya	NEWINC	Ciclo Iguazu – Associação de Ciclistas do Alto Iguazu
Mobilità	ebes	Social Brasilis	Oficina da Sustentabilidade	Casa do Peregrino – Mãos que Apóiam
MonsterJoy	terra nova	Redondo	okena	Bicicletaria Cultural
MultiOrto	triciclos	Clubebook	papel semente	Associação Paranaense de Apoio à Criança com Neoplasia – APACN
NeoFuturo	tuneduc	Tipiti	pecsa	Associação de Apoio à Criança e ao Adolescente – ACRICA
Nutrisoft	Positive Ventures	ITCG	Peixes da Amazônia	Projeto Social Abrindo Caminhos – Irmãs Beneditinas da Divina Providência
Plataforma Kiduca	S Simplesmente	Actions Security	Plano CDE	AFECE – Associação Franciscana de Educação ao Cidadão Especial
Playmove	OccamzRazor	Mulungu Studio	Positiva	APAVE- Associação dos Protetores de Áreas Verdes de Curitiba e RM
Prô	New Hope Ecotech (Eureciclo)	Achego	Positive Ventures	ASID – Ação Social para Igualdade das Diferenças
QMágico	Vox Capital	Aion	Práxis sociambiental	Associação Acácias
Que Fala!	Avante	Atletas Brasil	Programa Vivenda	Associação Beneficente Gralha Azul – ASSOBEGA
Sangue Bom	Magnamed	CICLOS	Quíron	Associação Beneficente Rosanna Cattalini
Saútil	Aondê	DitanGo	Raízes	Associação Gente de Bem
Sementes Brilhantes	TEM	Focus Consultoria	Recicladora Urbana	Associação Menino Deus

Senfio	Tamboro	Indie Cine	reconnectta	Ciranda – Central de Notícias dos Direitos da Infância e Adolescência
Sinapse Virtual	ToLife	knowbook	Resolv Já	Freguesia do Livro
Tá Na Hora	ProRadis	Lumenbox	Retalhar	Instituto Futebol de Rua e FreeStyle
TÁ PAGO	Plano CDE	Mega PDV	Spiral Criativa	Instituto Atuação
TIC Educa	Yunus Negócios Sociais	O QUE TEM DE BOM	suindara	Instituto História Viva
Tô Garantido	Moradigna	Sinapse Virtual	SER	Instituto Pontapé Inicial
Vivenda	beone	Spinal Tech Laboratory	TC Urbes	Instituto Renata Turra Grechinski – ONG Parceiros do Mar
Xmile Learning	ASSOBIO	Studos	TecVolt	Instituto Tibagi
worth a million	Aipoly	Sustentec	the key	Projeto Social Jogue Tênis
arbitranet	renovatio	Topic Play	Tobasa	Saúde Esporte Paralímpico
gupy	MATURIJOBS	ZPH Studio	Triciclos	IAB – Instituto Alzheimer Brasil
Pé na Escola	JUSTIÇA SEJA FEITA	wiit.live	unite	Fundação Educacional Meninos e Meninas de Rua do Profeta Elias – Chácara Meninos de 4 Pinheiros
Quíron			Vanessa Montoro	Desapego Consciente
yubb			Via Gutenberg	
Eduqa.me			Vox Capital	
Projeto Lavanderia			You Green	
Mcare			Yunus Negócios Sociais	
Praças			Wright Capital	
Retalhar			Zebu	
Trofitic				

Fonte: Elaboração própria

As informações da estrutura organizacional dos Intermediários é exemplificada no Quadro 54 a seguir, e dos Produtores de Conhecimento no Quadro 55, onde alguns dados são apresentados como forma de ilustrar a coleta de dados.

Quadro 54: Exemplo da coleta de dados da estrutura organizacional dos Intermediários

Agente	Organização	Cargo
Maurício Chaman	Impact Hub São Paulo	Equipe
Pablo Handl	Impact Hub São Paulo	Quadro Societário
Anna De Souza Aranha	Instituto Quintessa	Equipe
Daniel Rodrigues Bravo Caldeira	Instituto Quintessa	Quadro Societário
Mónica Vásquez Del Solar	NESsT	Equipe
Renata Truzzi De Souza	NESsT	Quadro Societário
Ricardo Glass	Sistema B	Diretoria
Marcel De Almeida Fukayama	Sistema B	Quadro Societário
Fernanda Bornhausen Sá	Social Good Brasil	Diretoria
Valentim Aparecido Biazotti Junior	worth a million	Quadro Societário
Maria Goretti Nicolau	worth a million	Quadro Societário

Fonte: Elaboração própria

Quadro 55: Exemplo da coleta de dados da estrutura organizacional dos Produtores de Conhecimento

Organização	Ano	Publicação	Autores
FTFS	2016	Avanço das recomendações e reflexões para o fortalecimento das Finanças Sociais e Negócios de Impacto no Brasil	Beto Scretas
FTFS	2016	Avanço das recomendações e reflexões para o fortalecimento das Finanças Sociais e Negócios de Impacto no Brasil	Celia Cruz
FTFS	2016	Avanço das recomendações e reflexões para o fortalecimento das Finanças Sociais e Negócios de Impacto no Brasil	Vivian Rubia
FTFS	2015	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil	Beto Scretas
FTFS	2015	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil	Célia Cruz
FTFS	2015	Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil	Vivian Rubia
FTFS	2015	Mapeamento dos Recursos Financeiros disponíveis no Campo Social do Brasil com o objetivo de identificar recursos potenciais para Finanças Sociais	Beto Scretas
FTFS	2015	Mapeamento dos Recursos Financeiros disponíveis no Campo Social do Brasil com o objetivo de identificar recursos potenciais para Finanças Sociais	Célia Cruz
FTFS	2015	Mapeamento dos Recursos Financeiros disponíveis no Campo Social do Brasil com o objetivo de identificar recursos potenciais para Finanças Sociais	Paula de Santis
FTFS	2015	Mapeamento dos Recursos Financeiros disponíveis no Campo Social do Brasil com o objetivo de identificar recursos potenciais para Finanças Sociais	Vivian Rubia

Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE 4 – Aceleradora

Este apêndice apresenta os dados coletados na análise da Aceleradora Artemisia realizada no Capítulo 3. O caso Artemisia.

O Quadro 56 apresenta a estrutura organizacional da equipe interna da Artemisia, formada por 21 colaboradores.

Quadro 56: Estrutura organizacional da equipe interna Artemisia

Profissional	Área	Função
Aline Santos	Equipe	Comunicação & Marketing
Daniella Dolme	Equipe	Projetos
Diogo Malheiros Jerez	Equipe	Busca & Seleção
Edgard Barki	Conselho	Conselho Fiscal
Flávia Coelho Dos Santos	Equipe	Gerente Administrativo Financeiro
Flora Bracco	Equipe	Parcerias
Gustavo Goldenberg	Equipe	Gestor de Negócios e Aceleração
Juliana Campedelli	Equipe	Comunicação & Marketing
Karine De Oliveira Souza	Equipe	Atendimento
Kelly Michel	Conselho	Fundadora e Presidente do Conselho
Maria Rita Spina Bueno	Conselho	Diretora-Executiva Anjos do Brasil/Fundadora Mia
Marina Ramos	Equipe	Aceleradora
Maure Pessanha	Equipe	Diretora Executiva
Mauro Romano	Conselho	Conselheiro Fiscal
Nadine Cossani Casanova	Equipe	Comunicação & Marketing
Paula Sato	Equipe	Gerente de Projetos
Pedro Vitor Tucci	Equipe	Aceleradora - Analista de Negócios
Priscila Martins	Equipe	Gerente de Relações Institucionais
Suzy Fujihashi	Equipe	Administrativo Financeiro
Victor Hugo Mathias	Equipe	Busca e Seleção
Vivianne Naigeborin	Conselho	Cons. Estrat. e Advisor da Potencia Ventures

Fonte: Elaboração própria

O Quadro 57 apresenta a trajetória acadêmica da equipe Artemisia.

Quadro 57: Formação Acadêmica da equipe Artemisia

Profissional	Formação Acadêmica	Formação Acadêmica	Formação Acadêmica	Formação Acadêmica
ALINE SANTOS	Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - Relações Públicas			
DANIELLA DOLME	Faculdade Casper Líbero - Jornalismo			
DIOGO MALHEIROS JEREZ	FGV - Administração			
EDGARD BARKI	USP - Administração	Mestrado - FGV - Marketing	Doutorado - FGV - Marketing	
FLÁVIA COELHO DOS SANTOS	Unifai - Administração	FECAP - Controladoria de Gestão		
FLORA BRACCO	American University de Washington - Relações Internacionais	USP - Mestrado Gestão Socioambiental para a Sustentabilidade		
GUSTAVO GOLDENBERG	Inspere - Economia	Harvard - Finanças Comportamentais		
JULIANA CAMPEDELLI	ESPM - Marketing	Yunus ESPM Social Business Centre - Negócios Sociais e Inclusivos		
KARINE DE OLIVEIRA SOUZA	Faculdades Integradas Rio Branco - Comunicação Social			
KELLY MICHEL	HEC Paris - Administração			
MARIA RITA SPINA BUENO	USP - Filosofia			
MARINA RAMOS	USP - Engenharia Elétrica	Inspere - Investimento em Negócios de Impacto Socioambiental		

MAURE PESSANHA	USP - Business Administration	Harvard - Estudos de desenvolvimento	Insper - Empreendedorismo	Especialização Avaliação de Programas Sociais - FIA-USP
MAURO ROMANO	UNICAMP - Engenharia de Alimentos	Especialização Fundação Dom Cabral - Administração	Mestardos UNICAMP - Engenharia de Alimentos	MBA FEA-UNICAMP/ FIA-USP
NADINE COSSANI CASANOVA	Centro Universitário Belas Artes de São Paulo - Design Gráfico			
PAULA SATO	USP - Administração			
PEDRO VITOR TUCCI	USP - Direito	Insper - Economia		
PRISCILA MARTINS	Mackenzie - Marketing	ESPM - Gestão de Negócios	MBA - USP - Gestão de Negócios Socioambientais	
SUZY FUJIHASHI	Mackenzie - Administração	Mackenzie - Gestão Financeira de Negócios		
VICTOR HUGO MATHIAS	USP - Gestão Ambiental			
VIVIANNE NAIGEBORIN	USP - Odontologia	Yale University		

Fonte: Elaboração própria

O Quadro 58 apresenta a trajetória profissional da Equipe Artemisia, contendo o nome, o tempo de carreira e as empresas onde cada integrante da equipe já trabalhou.

Quadro 58: Trajetória profissional da Equipe Artemisia

Tipo Trajetória	Nome	T	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa
1	DANIELLA DOLME	8	TETO Brasil	Gatromotiva	Última Instância - Revista Jurídica Eletrônica (UOL)						
1	FLORA BRACCO	7	Multilingual Solutions	AMGLOBAL Consulting	American University	COTELCO	Embassy of Brazil	U.S. Campaign for Burma	AMGlobal Consulting		
1	GUSTAVO GOLDENBERG	8	Monitor Deloitte	Revmob	Insper	Itaú-Unibanco	Slumdog Productions	Phoenix Trading Technology *	SP Ventures	Tradecraft	Wayra
1	JULIANA CAMPEDELLI	8	M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimentos	KopenhagenChocolates Brasil Cacau e Lindt							
1	MARINA RAMOS	5	Ambev	Instituto Quintessa							
1	MAURO ROMANO	15	Geekie	Business School Sao Paulo	BRF	Centro Paula Souza	Simplex Gestão Empresarial				
1	NADINE COSSANI CASANOVA	2	Ideia Dois								
1	PEDRO VITOR TUCCI	7	Stocche Forbes	Trindade Sociedade de Advogados							

			Advogados								
1	PRISCILA Nunes MARTINS	16	PUPA	Toshiba	TNT	Workfarm a	Log On Editora Multimidia Ltda				
1	SUZY FUJHASHI	3	Logicalis								
2	MARIA RITA SPINA BUENO	27	Anjos do Brasil	Mulheres Investidoras Anjo*	Grupo Dinamo	Trellis	Protempus				
3	EDGARD BARKI	18	FGV	FGV	Arapuã	Aon					
4	ALINE SANTOS	5	x								
4	DIOGO JEREZ	4	x								
4	FLÁVIA SANTOS	7	x								
4	KARINE DE OLIVEIRA SOUZA	1	x								
4	MAURE PESSANHA	11	Ashoka	Instituto Sou da Paz							
4	PAULA SATO	5	Libro Buch und Fotoprodukt e GmbH	Johnson & Johnson							
4	VICTOR HUGO MATHIAS	4	Litro de luz Brasil	Yunus Social Business	Giral Viveiro de Projetos						
4	VIVIANNE NAIGEBORIN	17	Potencia Ventures	Ashoka							
5	KELLY MICHEL	8	Potencia Ventures*	VOX Capital*	Artemisia *						

Fonte: Elaboração própria

O Quadro 59 apresenta a trajetória profissional dos mentores Artemisia, contendo o nome, o tempo de carreira e as empresas onde cada mentor Artemisia já trabalhou.

Quadro 59: Trajetória profissional dos mentores Artemisia

Trajetória	Mentor	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa
1	ANA FLÁVIA CASTRO	Instituto Redecard	Instituto Inspiração	Sincroniza Educação	ICE	CDE														
1	MARCELO NAKAGAWA	Sumitomo Bank	A.T. Kearney	Eccelerata	IPT - Instituto de Pesquisas Tecnológicas	Insper	Naspers Limited	Endeavor Brasil	Brasil Econômico	FAC CAMP Faculdade Campo Limpo Paulista	USP	Amham - Brasil	Fundação Vanzolini	FIA P	Anjos do Brasil	Editora Globo	ESTADÃO	FAP ESP		
1	RONALDO TENÓRIO	LABOX Comunicação Estratégica	HandTalk																	

1	VANESA PANCHERI	Secretaria Municipal do Meio Ambiente	Instituto Fernando Braudel de Economia Mundial	Livraria Cultural S.A	Fundação Maria Cecília Souto Vidigal															
2	ERIK CAVALCANTE	UFMG	ComunIP AS	TakeNet	VOX Capital*															
2	DENIS NAKAHARA	MOV Investimentos*	Raízen	Banif	TOTVS	PDG	Energias do Brasil													
2	FERNANDO FERNANDES	Maat Health Intelligence	Egrégora Inteligência	Evidências - A Kantar Health Company	Questia Brasil	Saútil*														
2	FLÁVIA DORIA	Instituto Alana	Oficina de Alegria*	Mattel, Inc.	Johnson & Johnson															

2	Guilherme de Almeida Prado	PagMed	Konker o*	Plano 1	AMPRO - Associação de Marketing Promocional	FIMA PRO	JET Mídia	Venture Studio												
2	HELENA HASSELMANN	Goldman Sachs	Gramercy America, Inc.	Lady Laike*	LGT Impact															
2	KIM MACHLUP	GV Angels	MOV Investimentos*	International Meal Company	Morgan Stanley															
2	MARCO GORINI	VoxCred S/A (Grupo Tenda Atacado)	Triade Assessoria e Consultoria Empresarial	Impact Hub Brasil	Mais60 Saúde	Programa Viva da	Din4mo*													
3	CRISTIANA ASSUMPÇÃO	Fundação Bradesco	Colégio Bandeirantes																	

3	HELOISA MESQUITA	Universidade Anhanguera	Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro	Instituto Inspire	Universidade Estácio de Sá	Fundação Darcy Vargas														
3	CAROLINA PIZA	APAE	Instituto ABCD	Mackenzie	Centro Paulista de Neuropsicologia															
3	Ewaldo Mario Kuhlmann Russo	Grupo Fleury																		
3	FABIO DEBONI	Instituto Sabin	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)	Ministério da Justiça	Secretaria Geral da Presidência da República	Ministério da Educação	Ministério do Meio Ambiente													
3	PAULO PURCHIO	APS Consultoria	ADBV (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil)	Foundation for Social Innovation - F4SI	Exclusiv eGroup	Experience Club	WTC Business Club													

3	ADRIANA FRIEDMANN	Cenpec - Centro de Estudos e Pesquisas em Educação	Fundação Abrinq	GRAACC - Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança	Instituto Ayrton Senna	Escola Vera Cruz	Fundação Maria Cecília Souto Vidigal	Instituto C&A	IFAN - Instituto da Infância	Instituto Arcor	Instituto Superior de Educação de São Paulo - Singularidades	Instituto Alana	Centro de Pesquisa e Formação do Sesc São Paulo	Casa do Saber SP	Bernard van Leer Foundation	Instituto Singularidades	NEPSID - Núcleo de Estudos e Pesquisas em Simbolismo, Infância e Desenvolvimento	Aliança pela Infância	MAPA DA INFÂNCIA BRASILEIRA	
3	ÁLVARO CRUZ	Escola 24 Horas	EDUC ARTIS	Kroton	LEGO	Mind Lab	Qmági co	ABRAMAC Associação Brasileira de Mediação, Arbitragem e Conciliação	Instituto Semear	Positivo Tecnologia										

3	CARLOS HENRIQUE PEGURIER	White Martins	Nokia	Telcordia Technologies	energy start up	epay, a Euro net World wide Com pany	Kroton	Skore	Wide Desenvolvimento Humano	Gigalink	Proteus Consultoria em SI	Inov a Business School								
3	ANNA MARIA CHIESA	USP	Prefeitura do Município de São Paulo	Fundação Maria Cecília Souto Vidigal																
3	DARIO GUARITA NETO	Amata S.A																		
3	DIEGO GARCEZ	Volkswagen	AMCHAM	CDI	CESAR	Joystreet	ARIES - Recife Agency for Innovation and Strategy													
3	JEFFERSON SANTOS	Vereda Educação	Grupo Educacional Flamengo	Somos Educação	Projeto Artesão	Sistema Elite de Ensino	Merck	Ambev												

3	LYU TSUKA DA	Natura																		
3	PEDRO FERRE IRA	Escritório de Advocacia Prof. Jorge Lobo e Associados	Squire Patton Boggs	ThyssenKrupp Siderúrgica do Atlântico	Lobo de Rizzo Advogados	Derrick & Menezes Advogados														
3	RAFAEL VISCONTI	Safra	Citibank	Lakeshore Partners																
3	ROBERTO LIPORACE	Minaré Braúna Advogados Associados S/S	Minaré Braúna Advogados Associados																	
3	VALMIR PEREIRA	GTE Sistemas de Informação Ltda	Grupo Imares	SONDA DO BRASIL	Menteinovadora	Mind Lab - Brasil														

3	RAPHAEL ANUNCIÇÃO	Escola Superior de Advocacia OABDF	Minaré Braúna Advogados Associados																	
3	GUILHERME PASCUOLI	Alcoa	Empresa Júnior FAAP	Unilever	F/Nazca Saatchi & Saatchi	Wieden + Kennedy														
3	RENATO MIGRONE	Wieden + Kennedy	Miami Ad School	Ogilvy & Mather	DANONE															
4	THIAGO RACHED PEREIRA	Letrus	Fundação Lemann	eduK																
4	VIVIANE NAIGEBORIN	Ashoka	Artemisia	Potencia Venturas																
4	MARCELO ROCHA (DJ BOLA)	Produtora Cultural Social a Banca																		

4	EDUARDO MARINHO	Fundação Maria Cecília Souto Vidigal																		
4	RODRIGO BRITO	Fundación Avina	Ink Inspira - Impacto que Transforma	Ashoka	Aliança Empreendedora	World Economic Forum	WTT - World-Transforming Technologies	Instituto Coca-Cola Brasil												
5	GILBERTO RIBEIRO	CDE	avante	AONDE	VOX Capital*															
5	HAROLDO TORRES	Data Popular	Centro Brasileiro de Análise e Planejamento	CDE	SEADE	Din4mo*														
5	LEONARDO TEIXEIRA	Lotus Venture Investments*	Anjos do Brasil	Netshome	Insper Angels															

5	LUCIANA AGUIAR	ArteSol	Data Popular	FGV	FGV	Fundação Dom Cabral	CDE*	Política Nacional de Desenvolvimento Urbano - PNDU												
	SILVANA MORAES																			

Fonte: Elaboração própria

Quadro 60: Formação Acadêmica dos mentores Artemisia

Mentor	Formação Acadêmica	Formação Acadêmica	Formação Acadêmica	Formação Acadêmica	Formação Acadêmica	Formação Acadêmica
ANA FLÁVIA CASTRO	Jornalismo	MBA Marketing	Especialização em Responsabilidade Social Corporativa e Terceiro Setor			
CRISTIANA ASSUMPÇÃO	Ciências Biológicas	Especialização em M.A. in Computer and Education	Mestrado em Instructional Technology and Media	Doutorado em Instructional Technology and Media		
GILBERTO RIBEIRO	Administração					
Haroldo da Gama Torres	Economia	Mestrado em Demografia	Doutorado em Ciências Sociais			
HELOISA MESQUITA	Arquitetura		Mestrado em Arquitetura			
LEONARDO TEIXEIRA	Engenharia de Produção	MBA em Finanças	Venture Capital	LEAD Certification em Inovação Corporativa	Finanças Corporativas	Governança Corporativa
LUCIANA AGUIAR	Ciências Sociais	Mestrado em Antropologia Social	Doutorado em Antropologia	Pós doc em Antropologia		
THIAGO RACHED PEREIRA	Marketing	Administração	Mestrado em Liderança			

VIVIANNE NAIGEBORIN	Odontologia	Yale World Fellow Program				
MARCELO ROCHA (DJ BOLA)						
CAROLINA PIZA	Psicologia	Mestrado em Psicologia Fisiológica	Especialização em Neuropsicologia	Especialização em Terapia Cognitiva		
EDUARDO MARINO	Zootecnia	Mestrado em Administração	Estudos em Filantropia			
ERIK CAVALCANTE	Engenharia Elétrica	Empreendedorismo	Contabilidade e Finanças			
Ewaldo Mario Kuhlmann Russo	Medicina					
FABIO DEBONI	Engenharia Agrônômica	Educação Ambiental	Mestrado em Recursos Florestais			
MARCELO NAKAGAWA	Economia	Mestrado em Administração	Doutorado em Engenharia Industrial			
PAULO PURCHIO	Administração	Marketing	MBA			
ADRIANA FRIEDMANN	Pedagogia	Mestrado em Metodologia de Ensino	Doutorado em Antropologia			

ÁLVARO CRUZ	Arquitetura	Global CEO Program	Global CEO program	Global CEO program	ISE - São Paulo	
CARLOS HENRIQUE PEGURIER	Engenharia Química	Engenharia Química	MBA Management of Technology			
Anna Maria Chiesa	Saúde Pública	Mestrado em Saúde Pública	Doutorado em Saúde Pública			
DARIO GUARITA NETO	Administração					
DENIS NAKAHARA	Engenharia Industrial	Finanças				
DIEGO GARCEZ	Relações Internacionais	Especialização em Administração	Especialização em Administração			
FERNANDO FERNANDES	Medicina	Inovação em Mídias Sociais	Especialização em Administração Hospitalar, Auditoria e Sistemas de Saúde			
FLÁVIA DORIA	Administração					
Guilherme de Almeida Prado	Administração	Mestrado em Administração				
HELENA HASSELMANN	Finanças e Negócios Internacionais	MBA em Administração				

JEFFERSON SANTOS	História	MBA em Administração				
KIM MACHLUP	Administração	MBA em Administração	Mestrado em Liderança em Organizações Sem Fins Lucrativos			
LYU TSUKADA	Administração	Marketing	Gestão de Políticas Públicas	MBA em Administração, Empreendedorismo e Inovação	Empreendedorismo	Estudos Brasileiros: Sociedade, Cultura e Política
MARCO GORINI	Economia	MBA em Administração				
PEDRO FERREIRA	Direito	Direito Empresarial	Venture Capital			
RAFAEL VISCONTI	Direito	Economia Financeira	Inovação	Economia	Economia e Relações Internacionais	
ROBERTO LIPORACE	Direito	Direito Administrativo				
RODRIGO BRITO	Administração	Liderança Global e Políticas Públicas	Inovações em Mercados Emergentes	Inovação	Liderança e Tomada de Decisão	
RONALDO TENÓRIO	Ciência da Computação	Publicidade e Propaganda				
VALMIR PEREIRA	Engenharia Elétrica	Ciência da Computação				

VANESSA PANCHERI	Gestão de Políticas Públicas	Investimento em Negócios de Impacto Social				
RAPHAEL ANUNCIAÇÃO	Direito	Direito Administrativo				
GUILHERME PASCULLI	Administração	Marketing				
RENATO MIGRONE	Marketing					

Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE 5 – Empresas Aceleradas

Este apêndice apresenta os dados coletados na análise das empresas que passaram pelo programa de aceleração da Artemisia, como complemento do Capítulo 3.O caso Artemisia, item 3.3 Empresas aceleradas.

As empresas que participaram do programa de aceleração da Artemisia nos últimos três anos estão no Quadro 61 a seguir, que apresenta um código de identificação - criado apenas para facilitar a coleta de dados, o nome fantasia da empresa e sua área de atuação, informações estas que se encontram disponíveis no site da organização, com último acesso no dia 09 de outubro deste ano.

Quadro 61: Empresas aceleradas pela Artemisia

Código	Empresa	Área de atuação
1	3ID	Saúde
2	Aec	Educação
3	Aondê	Educação
4	Arkos	Educação
5	Arte Despertar	Saúde
6	Backpacker	Educação
7	Banco Pérola	Serviços Financeiros
8	BIVA	Serviços Financeiros
9	Casa Angela	Sáude
10	Casa Cuca	Educação
11	Clínica +60 Saúde.	Sáude
12	Clínica Sim	Sáude
13	Concretta	Educação
14	CONNECTA MUNDO	Educação
15	Controly	Serviços Financeiros
16	Corujao	Educação
17	COS Odonto	Saúde
18	Cycor	Sáude
19	Dataeduc	Educação
20	Dossier Digital	Educação
21	Dr. Agora	Sáude

22	DreamShaper	Educação
23	ECTAS	Habitação
24	EDUCAREER	Educação
25	Edukar	Educação
26	Edusim	Educação
27	egalitê	Empregabilidade
28	Epitrack	Sáude
29	erêlab	Educação
30	Eruga	Educação
31	EvoBooks	Educação
32	EWally	Serviços Financeiros
33	F123	Tecnologias Assistivas
34	Fábrica de Aplicativos	Educação
35	Facilita Saude	Sáude
36	GEEKIE	Educação
37	Guten News	Educação
38	Hand Talk	Tecnologias Assistivas
39	IES2	Educação
40	imaginie	Educação
41	Incluir Tecnologia	Tecnologias Assistivas
42	Instituto Alpha Lumen	Educação
43	Instituto Movere	Sáude
44	IPTI	Educação
45	Jeitto	Serviços Financeiros
46	Joy Street	Educação
47	Kapitale	Serviços Financeiros
48	Kidint	Educação
49	Kidopi	Sáude
50	KIDUCA	Educação
51	Konkero	Serviços Financeiros
52	Ligado no Enem	Educação
53	Medcloud	Sáude
54	Meplis	Sáude

55	Meritt	Educação
56	meu tutor	Educação
57	Mgov	Outros
58	Mobilità	Sáude
59	MonsterJoy	Educação
60	MultiOrto	Sáude
61	NeoFuturo	Educação
62	NeuroGames	Educação
63	Nutrisoft	Sáude
64	OLHAconta	Serviços Financeiros
65	Plataforma Kiduca	Educação
66	Playmove	Educação
67	Primeiro Livro	Educação
68	Prô	Educação
69	QMágico	Educação
70	Que Fala!	Tecnologias Assistivas
71	quero essa	Empregabilidade
72	Sangue Bom	Sáude
73	Saútil	Sáude
74	Semente de Paz	Negócios Inclusivos
75	Sementes Brilhantes	Educação
76	Senfio	Sáude
77	Sinapse Virtual	Educação
78	Solidarium	Negócios Inclusivos
79	Tá Na Hora	Sáude
80	TÁ PAGO	Serviços Financeiros
81	TIC Educa	Educação
82	Tô Garantido	Serviços Financeiros
83	Treina Link	Educação
84	Vivenda	Habitação
85	WAYFI	Infraestrutura
86	works	Educação
87	Xmile Learning	Educação

Fonte: Elaboração própria

O quadro societário de cada empresa acelerada pela Artemisia foi analisado a partir do CNPJ por meio das informações disponibilizadas pela Receita Federal e o Quadro 62 apresenta o nome da empresa acelerada e os nomes constituintes de seu quadro societário.

Quadro 62: Estrutura organizacional das empresas aceleradas pela Artemisia

Empresa	Empresário
3id	Marlei De Sousa Cezario
3id	Fabiane Castro Vaz
3id	Alisson Jardim Pereira
3id	Iara De Sousa Cesário
Aec	Carlos Edmar Pereira
Aec	Paulo Henrique Araujo De Menezes Rodrigues
Aondê	Bruno Ambar
Aondê	Rafael Parente
Aondê	Giovani Padoin
Aondê	Jose Helio Sales Feitosa Junior
Aondê	Juliana Americano Do Brasil
Aondê	Maria Elisa De Carvalho Pullen Parente
Aondê	Joao Felipe Fonseca Lima
Arkos	Bruno Kosinski
Arkos	Odair Artmann
Arte Despertar	Regina Vidigal Guarita
Backpacker	Bruno Picinin Cardoso
Backpacker	Joao Lucas Noroes Silveira
Backpacker	Caio Vinicius Silva Braz
Banco Pérola	Alessandra Goncalves De Franca
Biva	Paulo Felipe Martins David
Biva	Jorge Vargas Neto
Biva	Artur De Souza Lima Malabarba
Biva	Diego Lissoni
Casa Angela	Anke Riedel
Casa Angela	Ricardo Najjar
Casa Angela	Reinaldo Costa Do Nascimento
Casa Angela	Maria Do Carmo Santos Gusewski
Casa Angela	Eva Martins De Castro
Casa Angela	Monica Elisabeth Winnubst
Casa Cuca	Thais Albernaz Guimaraes Arruda
Casa Cuca	Tatiana Brochado Veiga
Clínica +60 Saúde.	Estevão Alves Valle
Clínica +60 Saúde.	Fernando Assunção
Clínica +60 Saúde.	Geraldo Camargo Neto
Clínica Sim	Denis Xavier Cruz
Clínica Sim	Antonio Ivan Cordeiro Filho
Clínica Sim	Yuri Barreto Kaminski
Concretta	Juliana De Almeida Dorea

Concretta	Sidney De Sousa Bezerra
Concretta	Daniel Magalhaes
Conecta Mundo	Paulo Mascarenhas,
Conecta Mundo	Silvia Helena Zem Mascarenhas
Conecta Mundo	Yvone Maria Mascarenhas
Controly	Pedro Conrade
Controly	Maria Das Gracas Correia Dantas
Corujao	Ana Teresa Alvarez Calderon Velarde
Corujao	Monica Da Cruz Lamas
Corujao	Marcela De Castro Bastos
Cos Odonto	Ricardo De Almeida Prado Catunda
Cos Odonto	Uyara Camargo Rassi Catunda
Cos Odonto	Decio Pietruci Junior
Dataeduc	Fernanda Cristina Ribeiro Faria
Dataeduc	Rodrigo Faria
Dataeduc	Victor Voltarelli
Dossier Digital	Maria Leticia De Araujo Lisboa
Dr. Agora	Marcos Pereira De Lima Filho
Dr. Agora	Luiz Guilherme Vallilo Berardo
Dreamshaper	Joao Pedro Rodrigues Borges
Dreamshaper	Jose Miguel Ferraz Ferreira Queimado
Ectas	Paulo Henrique Scheidemantel
Ectas	Flavio Fernandes Sisti
Egalitê	Paola Kolberg
Egalitê	Bernardo Lamas Esposito
Egalitê	Fernando Dos Santos Schmitt
Egalitê	Guilherme Pritsch Braga
Epitrack	Jones Oliveira De Albuquerque
Epitrack	Onicio Batista Leal Neto
Erêlab	Roni Hirsch
Erêlab	Salo Hirsch
Eruga	Igor Rodolfo Cecato Pieruccini
Eruga	Wellington Moscon
Evobooks	Felipe Rezende
Evobooks	Evobooks Participacoes S
Ewally	André Cunha
Ewally	Cleuza Xavier De Oliveira Cunha
F123	Fernando H F Botelho
Fábrica De Aplicativos	Gregório Marin Júnior
Fábrica De Aplicativos	Hugo Borges Yang
Geekie	Claudio Eduardo Sasaki
Geekie	Eduardo Luna Bontempo
Geekie	Ricardo Yoshiro Nakasato
Geekie	Mauro Alberto Romano
Geekie	Eduardo Zanini Rocha

Geekie	Bernardo Afonso De Almeida Gradin
Geekie	Leonardo Ribeiro De Castro Carvalho
Geekie	Denis Fernando Mizne
Geekie	Camila Akemi Karino
Geekie	Leonardo Moreira Leites
Guten News	Danielle Gobbi Brants
Guten News	Daniel Percim Funis
Hand Talk	Ronaldo Tenorio De Freitas:
Hand Talk	Carlos Wanderlan De Amorim Soares
Hand Talk	Jose Thadeu Maciel Marques Luz Filho
Hand Talk	Nuno Manuel Azevedo Madeira De Abreu
Hand Talk	Evandro Luiz Ferreira Lobo Filho
Hand Talk	Sergio Papini De Mendonca Uchoa
Hand Talk	Bruno Martins Goncalves Ferreira
les2	José Luis Poli
les3	Ana Lucia Jankovic Barduchi
les4	Maristela Poli Guanais
les5	Tatiane Regina Bonfim
les6	Maria Ines Crnkovic Octaviani
les7	Benedito Cristiano Aparecido Petroni
les8	Lenita Della Libera Meira Altoe
les9	Anterita Cristina De Sousa Godoy
les10	Walmor De Almeida Nogueira Largura
les11	Antonio Higino Viegas
Imaginie	Daniel Antunes Machado
Incluir Tecnologia	Fernando Freitas
Incluir Tecnologia	Eliezer Ribeiro De Freitas
Instituto Alpha Lumen	Nuricel Villalong Aguilera
Instituto Alpha Lumen	Nicolas Rodrigues Villalonga
Instituto Alpha Lumen	Maria Cristina Pavani Mineiro
Instituto Alpha Lumen	Odir Augusto Guerreiro Martins
Instituto Movere	Vera Lucia Perino Barbosa
Ipti	Geraldo Ribeiro Filho
Jeitto	Carlos Paes De Barros Filho
Jeitto	Atlantic Management Holding Company Limited
Jeitto	Step One Participacoes Societarias E Imobiliarias Ltda
Joy Street	Frederico De Vasconcelos Pereira
Joy Street	Diego Garcez Alves
Joy Street	Izabella De Lima Ferreira Lyra
Kidint	Bernardo Zamijovsky
Kidint	Soluciones Tecnologicas E Informaticas Chile Japon Spa
Kidopi	Mario Sergio Adolfi Junior
Kidopi	Hugo Cesar Pessotti
Kidu	Jose Luiz Aliperti Junior
Konkero	Guilherme De Almeida Prado
Konkero	Rafael Sant Ana Do Amaral
Medcloud	Larissa Claudine Lino Silva

Medcloud	Dimas Francisco Silva Junior
Mepilis	Oliver Anthony Maurice Sergeant
Mepilis	Pedro Ivo Neves Azevedo Machado
Meritt	Alexandre Augusto De Oliveira
Meu Tutor	Alan Pedro Da Silva
Meu Tutor	Ig Ibert Bittencourt Santana Pinto
Meu Tutor	Edmilson Gomes Fialho
Mgov	Marcos Felipe Mendes Lopes
Mgov	Guilherme Finkelfarb Lichand
Mgov	Rafael Zoellner Vivolo
Mobilità	Guilherme Cunha
Mobilità	Júlio César Souza
Monsterjoy	Rafael Da Silva Ribeiro
Multiorto	Orestes Maciel Camara Freire
Multiorto	Frederico Maciel Camara Freire
Neofuturo	Messias Eduardo Barbosa
Neofuturo	Rafael Teixeira Dias Camargos
Neofuturo	Wilian Domingues Souza
Neofuturo	Marinete Padilha Dos Santos
Neofuturo	Renata Rodrigues De Matos Oliveira
Nutrisoft	Gabriela Siguinolfi Casadei
Nutrisoft	Gustavo Henrique Toledo Da Silva
Plataforma Kiduca	Fábio Colombini
Plataforma Kiduca	Jorge Alberto França Proença
Playmove	Marlon Pierre Souza
Playmove	Iolanda Schuller Sieves
Prô	Rodolfo Goncalves Araujo
Prô	Tais Rios Salomao De Souza
Qmágico	Thiago Freire Feijao Moreira
Qmágico	Alessandro Aloise De Assis
Que Fala!	Cristiane Ferreira Mendelini
Que Fala!	Juliana De Lima Remorini
Que Fala!	Paulo Rogerio Panhoto
Sangue Bom	Barbara Pereira De Lucena
Sangue Bom	Marco Collovati
Saútil	Edgard Luiz Greco Morato
Saútil	Fernando Fernandes
Sementes Brilhantes	Irones Oliveira Paula
Sementes Brilhantes	Glaucia Paula Maciel
Senfio	Elyr Teixeira De Almeida Alve
Senfio	Daniel Dos Santos Morim
Sinapse Virtual	Glenny Brasil Gurgel
Sinapse Virtual	Fernando Menezes Matos
Sinapse Virtual	Kerma Brasil Gurgel
Tá Na Hora	Juliano Froehner
Tá Na Hora	Michael Kapps
Tá Na Hora	Thomas Von Ungern Sternberg Prufer

Tá Na Hora	Andre Guimaraes Sakata
Tá Na Hora	Luis Felipe Gonzalez
Tá Na Hora	Jorge Andre Rocha De Sousa
Tá Na Hora	Philippe Prufer
Tá Pago	Marcos Martins Da Costa Santos
Tá Pago	Vinicius Amorim Da Costa Santos
Tic Educa	Hilda Sassi Jordao
Tic Educa	Teresa Cristina Jordao
Tô Garantido	Vicente Jadir Ivo De Macedo
Tô Garantido	Felipe Pessoa Dos Santos Cunha
Vivenda	Fernando Amiky Assad
Vivenda	Marcelo Zarzuela Coelho
Vivenda	Igiano Lima De Souza
Xmile Learning	Nicolas Klenner Peluffo
Xmile Learning	Roberto Fiszpan Kaplan

Fonte: Elaboração própria

O Quadro 63 apresenta os dados coletados de cada empresa que passou pelo programa de aceleração Artemisia, incluindo a área de atuação da empresa, se a empresa cita Negócio Social em sua definição, a localidade, natureza jurídica, principal atividade econômica, o investimento inicial realizado na abertura da empresa, as datas de fundação e da aceleração Artemisia, o CNPJ e a razão social.

Quadro 63: Dados coletados das empresas aceleradas pela Artemisia

COD	Área de atuação	NS	Cidade	Estado	Natureza jurídica	Atividade econômica principal	Invest. Inicial	Fundação	Artemisia	CNPJ	Razão Social
1	Sáude	N	Brasília	DF	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Atividades de fisioterapia - CNAE 8650004	R\$ 45.454,00	2009	2013	10.852.801/0001-39	3 ID FISIOTERAPIA LTDA
2	Educação	N	Recife	PE	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis (6202300)	R\$ 30.400,00	2013	2014	17.821.467/0001-03	Agora Eu Consigo Tecnologias de Inclusao Social Ltda - Epp
3	Educação	N	Rio de Janeiro	RJ	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis -	R\$ 3.618.500,00	2014	2015	21.072.705/0001-94	Aondê Brasil Inovação em Educação S.A.

						CNAE 6202300					
4	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis - CNAE 6202300	R\$ 51.000,00	2011	2015	17.311.583/001-74	Arkos Sistemas Educacionais Ltda - Epp
5	Sáude	S	São Paulo	SP	Associação Privada - Código 3999	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte - CNAE 9493600	X	1998	2013	02.469.083/001-98	Associacao Arte Despertar
6	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2063	Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-customizáveis	R\$ 50.000,00	2012	2012	15.665.396/001-63	Backpacker Educação e Entretenimento e Tecnologia Ltda

7	Serviços Financeiros	N	Sorocaba	SP	Associação Privada - Código 3999	Atividades de associações de defesa de direitos sociais - CNAE 9430800	0.00	2004	2012	07.050.889/001-60	Associação de Crédito Ao Empreendedor Perola
8	Serviços Financeiros	N	São Paulo	SP	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Correspondentes de instituições financeiras - CNAE 6619302	R\$ 400.000,00	2014	2015	21.353.568/001-66	Biva Serviços Financeiros S.A.
9	Sáude	N	São Paulo	SP	Associação Privada - Código 3999	Atividade médica ambulatorial com recursos para realização de exames complementares - CNAE 8630502	X	1979	2015	51.232.221/001-26	Associação Comunitária Monte Azul
10	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial - CNAE 8599604	R\$ 2.000,00	2011	2014	14.702.357/001-26	Casa Cuca Ferramentas de Ensino Ltda - Epp

11	Sáude	N	Belo Horizonte	MG	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Atividade médica ambulatorial com recursos para realização de exames complementares - CNAE 8630502	R\$ 4.500,00	2013	2013	18.627.245/0001-09	Efg Saude Ltda - ME
12	Sáude	N	Fortaleza	CE	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Atividade médica ambulatorial com recursos para realização de procedimentos cirúrgicos - CNAE 8630501	R\$ 501.515,24	2008	2012	09.407.153/0001-22	Clinica Medica e Odontologica Saude Inclusao Medicina S/A
13	Educação	N	Brasilia	DF	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Educação profissional de nível técnico (8541400)	R\$ 30.000,00	2012	2016	16.578.812/0001-59	Concretta I - Escola da Construcao Ltda - ME
14	Educação	N	São Carlos	SP	Sociedade Simples Limitada - Código 2240	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis -	X	2011	2015	04.098.551/0001-90	Mzo Interativa S/S Ltda - Epp

						CNAE 6203100					
15	Serviços Financeiros	N	São Paulo	SP	Sociedade Anônima Fechada (2054)	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis (6202300)	R\$ 3.377.080,00	2014	2015	20.855.875/001-82	Neon Pagamentos S.A.
16	Educação	S	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica - CNAE 7020400	R\$ 510.000,00	2014	2014	21.180.175/001-06	Coruja Educacao e Consultoria Ltda
17	Saúde	x	Goiania	GO	Sociedade Simples Limitada - Código 2240	Atividade odontológica - CNAE 8630504	R\$ 1.000,00	2009	2013	11.417.416/001-26	Cos Servicos Odontologicos Sociedade Simples Ltda - ME

19	Educação	N	GUARIB A	SP	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Atividades de apoio à educação, exceto caixas escolares (8550302)	R\$ 10.000,00	2015	2014	23.802.124/0 001-96	Dataeduc - Tecnologia - Dataeduc - Tecnologia Ltda. - ME
20	Educação	N	Salvado r	BA	Empresa Individual de Responsabilidade Limitada de Natureza Empresária - Código 2305	Desenvolvimen to de programas de computador sob encomenda- CNAE 6201501	R\$ 735.000,00	2006	2012	08.278.423/0 001-80	Dossier Digital Eireli - ME
21	Sáude	N	São Paulo	SP	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Atividade médica ambulatorial com recursos para realização de exames complementare s - CNAE 8630502	R\$ 3.950.255,80	2015	2016	21.816.352/0 001-90	Rc Clinica Medica S.A.

22	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis - CNAE 6203100	R\$ 151.000,00	2014	2015	21.045.313/001-36	Dreamshaper Brasil Distribuicao de Softwares Educativos Ltda - Epp
23	Habitação	N	Joinville	SC	Sociedade Anônima Fechada (2054)	Fabricação de máquinas e equipamentos para saneamento básico e ambiental, peças e acessórios - CNAE 2825900	R\$ 40.000,00	2002	2015	05.257.192/001-30	ECTAS SANEAMENTO S.A.
27	Empregabilidade	N	Porto Alegre	RS	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet (6311900)	R\$ 6.000,00	2009	2013	10.766.388/001-90	EGALITE RECURSOS HUMANOS ESPECIAIS LTDA - ME

28	Sáude	N	Recife	PE	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis - CNAE 6202300	R\$ 30.000,00	2014	2016	19.853.177/0001-69	Epidemiologia e Inovacao Em Servicos de Informatica Ltda
29	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente (4789099)	R\$ 200.000,00	2005	2016	07.286.852/0001-36	Lagarte Comercio e Servicos Administrativos Ltda - Epp
30	Educação	N	Curitiba	PR	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação - CNAE 6209100	R\$ 10.000,00	2013	2014	18.845.782/0001-25	Eruga Sistemas Educacionais Ltda - Epp

31	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Edição integrada à impressão de livros - CNAE 5821200	R\$ 5.000.000,00	2011	2013	14.629.176/0001-11	Evo Digital Media Consultoria e Tecnologia Ltda (nome fantasia: Evo Digital Publishing)
32	Serviços Financeiros	N	São Paulo	SP	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Consultoria em tecnologia da informação - CNAE 6204000	R\$ 212.100,00	1995	2015	00.714.671/0001-14	Ewally Tecnologia e Servicos S.A.
33	Tecnologias Assistivas	N	Curitiba	PR	Empresário Individual - Código 2135	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis - CNAE 6202300	R\$ 5.000,00	2010	2011	12.535.751/0001-91	Fernando H. F. Botelho - ME

34	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Anônima Fechada - Código 2055	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis - CNAE 6202300	R\$ 20.000,00	2000	2010	04.013.941/0001-10	Fabrica de Aplicativos S.A.
36	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis - CNAE 6202300	R\$ 25.920.940,16	2011	2012	14.504.986/0001-41	Geekie Desenvolvimento de Software S.A
37	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis - CNAE 6202300	R\$ 50.000,00	2014	2014	20.136.232/0001-89	Guten Educacao e Tecnologia Ltda. - Epp
38	Tecnologias Assistivas	N	Maceio	AL	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda - CNAE 6201501	R\$ 140.000,00	2012	2013	16.918.665/0001-19	Hand Talk Servicos Ltda - Epp

39	Educação	N	Itatiba	SP	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda- CNAE 6201501	R\$ 100.000,00	2010	2013	12.652.341/0001-20	Inovacao, Educacao e Solucoes Tecnologicas Limitada
40	Educação	N	Belo Horizonte	MG	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis (6203100)	R\$ 1.800.000,00	2013	2016	18.915.944/0001-54	Imaginie Tecnologia Educacional Ltda
41	Tecnologias Assistivas	N+	Itajubá	MG	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Fabricação de outros aparelhos eletrodomésticos não especificados anteriormente, peças e acessórios - CNAE 2759799	R\$ 60.000,00	2011	2013	13.659.873/0001-52	Incluir Tecnologia Ltda - ME

42	Educação	N +	Sao Jose Dos Campos	SP	Associação Privada - Código 3999	Serviços de assistência social sem alojamento - CNAE 8800600	x	2013	2014	19.136.655/0001-10	Associacao Alpha Para Educacao Especial
43	Sáude	N	São Paulo	SP	Associação Privada - Código 4000	OUTRAS ATIVIDADES DE ATENÇÃO À SAÚDE HUMANA NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE 8690-9/99	x	2004	2012	06.284.677/0001-85	INSTITUTO MOVERE DE ACOES COMUNITARIAS
44	Educação	N +	SANTA LUZIA DO ITANHY	SE	Associação Privada (3999)	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências sociais e humanas (7220700)	x	2003	x	05.929.852/0001-81	Instituto de Pesquisas Em Tecnologia e Inovacao - Ipti
45	Serviços Financeiros	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Administração de cartões de crédito - CNAE 6613400	R\$ 1.347.000,00	2014	2016	20.937.849/0001-01	JEITTO MEIOS DE PAGAMENTO LTDA

46	Educação	N	Recife	PE	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis - CNAE 6203100	R\$ 237.279,00	2010	2013	12.054.898/0001-60	Joy Street S.A.
48	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet - CNAE 6319400	R\$ 1.000,00	2016	2015	24.131.763/0001-30	Kidint Brasil Tecnologia Ltda
49	Sáude	N	Ribeirao Preto	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda - CNAE 6201501	R\$ 3.000,00	2009	2013	10.764.558/0001-05	Kidopi Solucoes Em Informatica Ltda - Epp
50	Educação	N	São Paulo	SP	Empresa Individual de Responsabilidade Limitada de Natureza Empresária (2305)	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis (6202300)	R\$ 67.800,00	2013	2014	18.064.450/0001-03	Kidu Educacao e Cultura Eireli - ME

51	Serviços Financeiros	x	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Correspondentes de instituições financeiras - CNAE 6619302	R\$ 200.000,00	2012	2013	15.752.153/001-62	Konkero Informacao e Tecnologia Ltda.
53	Sáude	N	Ponta Grossa	PR	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet - CNAE 6319400	R\$ 5.500,00	2011	2015	13.119.682/001-06	Medcloud Tecnologia Medica Ltda - ME
54	Sáude	N	Rio De Janeiro	RJ	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Consultoria em tecnologia da informação - CNAE 6204000	R\$ 634.000,00	2011	2014	14.068.790/001-51	Meplis Brasil Inteligencia Em Saude Ltda.
55	Educação	N	Florianopolis	SC	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet - CNAE 6311900	R\$ 10.000,00	2009	2013	11.256.503/001-49	Meritt Informacao Educacional Ltda - ME

56	Educação	N	Maceio	AL	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet - CNAE 6319400	R\$ 20.000,00	2012	2016	16.668.475/0001-90	Meututor Solucoes Educacionais Ltda - Epp
57	Outros	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica - CNAE 7020400	R\$ 30.000,00	2012	2014	16.896.559/0001-81	Mgovbrasil Consultoria Em Gestao de Politicas Publicas Ltda
58	Sáude	N	Uberaba	MG	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis - CNAE 6202300	R\$ 10.000,00	2014	2015	19.842.090/0001-96	Mobilita Sistemas Ltda - ME
59	Educação	x	Taboao Da Serra	SP	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis (6203100).	R\$ 1.000,00	2015	2015	21.775.514/0001-99	Monsterjoy Ltda

60	Sáude	N	Recife	PE	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Atividade odontológica - CNAE 8630504	R\$ 5.000,00	2006	2014	07.990.999/0001-02	Multi Orto Odontologia Ltda
61	Educação	N	Belo Horizonte	BH	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial - CNAE 8599604	R\$ 20.000,00	2011	2013	13.704.082/0001-05	Neofuturo Ltda
63	Sáude	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda - CNAE 6201501	R\$ 72.400,00	2014	2016	20.071.583/0001-59	Nutrisoft Brazil Tecnologia Ltda - ME
65	Educação	N	Sorocaba	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet - CNAE 6319400	R\$ 300.000,00	2012	2012	14.897.217/0001-50	Singol Games Educacionais Ltda - Epp
66	Educação	N	Blumenau	SC	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis -	R\$ 10.000,00	2015	2015	23.760.357/0001-73	Playmove Servicos Ltda - ME

						CNAE 6203100					
68	Educação	X	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial - CNAE 8599604	R\$ 10.000,00	2013	2015	18.027.501/001-27	What S Next Treinamento e Educacao Ltda - ME
69	Educação	N	Sao Jose Dos Campos	SP	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis - CNAE 6202300	R\$ 3.102.979,40	2011	2012	14.947.607/001-98	Quadrado Magico Desenvolvimento e Licenciamento de Software S.A.

70	Tecnologias Assistivas	N	Guarulhos	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet - CNAE 6319400	R\$ 20.000,00	1994	2012	00.335.475/0001-39	Metodos Comercio e Solucoes Em Informatica Ltda - ME
72	Sáude	N	Rio De Janeiro	RJ	Sociedade Simples Limitada - Código 2240	Laboratórios clínicos - CNAE 8640202	R\$ 90.000,00	2014	2016	20.443.599/0001-45	Liv Diagnostics Ltda - ME
73	Sáude	N	São Paulo	SP	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet - CNAE 6319400	R\$ 376.260,00	2011	2014	13.603.280/0001-74	Sautil Portal de Internet e Servicos de Saude S.A.
75	Educação	X	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada (2062)	Outras atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente (9329899)	R\$ 70.000,00	2003	2015	05.811.915/0001-09	Steps Baby Lounge Recreacao Ltda - ME

76	Sáude	N	Rio De Janeiro	RJ	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos - CNAE 9511800	R\$ 63.000,00	2010	2015	11.518.191/0001-02	Senfio Solucoes Tecnologicas Ltda
77	Educação	N	Campina Grande	PB	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis - CNAE 6202300	R\$ 80.000,00	2013	2014	19.042.818/0001-03	Sinapse Virtual Tecnologia e Servicos Ltda - ME
79	Sáude	N	Rio Negrinho	SC	Sociedade Anônima Fechada (2054)	Serviços de comunicação multimídia - SCM (6110803)	R\$ 57.895,00	2013	2014	18.669.595/0001-38	Tnh Digital Health S.A.
80	Serviços Financeiros	N	Marília	SP	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Outras atividades de serviços financeiros não especificadas anteriormente - CNAE 6499999	R\$ 803.469,00	2013	2016	17.516.702/0001-25	Ta Pago Produtos Digitais S.A.

81	Educação	N	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial - CNAE 8599604	R\$ 9.000,00	2011	2013	14.061.833/0001-77	Tic Educa Educacao e Tecnologia Ltda - Epp
82	Serviços Financeiros	N	São Paulo	SP	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Corretores e agentes de seguros, de planos de previdência complementar e de saúde - CNAE 6622300	R\$ 639.083,00	2014	2014	21.073.182/0001-09	Togarantido.Com. Br Corretora de Seguros S.A.
84	Habitação	N +	São Paulo	SP	Sociedade Empresária Limitada - Código 2062	Impermeabilização em obras de engenharia civil - CNAE 4330401	R\$ 1.000,00	2013	2013	19.439.278/0001-98	Programa Vivenda - Reformas Para Baixa Renda Ltda. - Epp
87	Educação	N	Florianópolis	SC	Sociedade Anônima Fechada - Código 2054	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis - CNAE 6202300	R\$ 2.164.175,00	2013	2013	17.961.893/0001-34	Xmile Sistemas Educacionais S/A

Fonte: Elaboração própria

O Quadro 64 apresenta os dados coletados de cada empresário que recebeu aceleração Artemisia, incluindo a empresa que foi acelerada, o nome do empresário, o número de empresas que o mesmo possui e a somatória do investimento inicial de todas as empresas de cada empresário.

Quadro 64: Dados coletados dos empresários acelerados pela Artemisia

Empresa	Empresário	Nº empresas	Investimento Inicial Total
GEEKIE	Bernardo Afonso de Almeida Gradin	12	R\$ 2.350.948.477,00
Corujão	Monica Da Cruz Lamas	4	R\$ 1.775.405.595,00
IES11	Antonio Higino Viegas	10	R\$ 1.516.788.989,00
Xmile Learning	Nicolas Klenner Peluffo	5	R\$ 103.105.114,00
TÁ PAGO	Marcos Martins Da Costa Santos	7	R\$ 67.174.159,00
Arte Despertar	Regina Vidigal Guarita	4	R\$ 37.772.189,00
GEEKIE	Claudio Eduardo Sasaki	6	R\$ 30.034.440,00
GEEKIE	Eduardo Luna Bontempo	4	R\$ 29.933.440,00
GEEKIE	Eduardo Zanini Rocha	2	R\$ 29.733.440,00
GEEKIE	Mauro Alberto Romano	2	R\$ 25.925.940,00
GEEKIE	Ricardo Yoshiro Nakasato	2	R\$ 25.921.040,00
Corujão	Marcela de Castro Bastos	3	R\$ 21.280.055,00
Aondê	Rafael Parente	5	R\$ 19.176.967,00
Aondê	Maria Elisa de Carvalho Pullen Parente	3	R\$ 19.088.967,00
Controly	Pedro Conrade	3	R\$ 17.340.699,00
Controly	Maria Das Gracas Correia Dantas	2	R\$ 16.910.365,00
Hand Talk	Evandro Luiz Ferreira Lobo Filho	11	R\$ 12.206.000,00
TÁ PAGO	Vinicius Amorim Da Costa Santos	4	R\$ 11.074.659,00
IES2	José Luis Poli	7	R\$ 10.999.024,00
Dr. Agora	Luiz Guilherme Vallilo Berardo	3	R\$ 10.058.687,00
Tá Na Hora	Philippe Prufer	5	R\$ 9.937.852,00
imaginie	Daniel Antunes Machado	5	R\$ 6.098.200,00

EvoBooks	Felipe Rezende	4	R\$ 6.008.016,00
Konkero	Guilherme de Almeida Prado	6	R\$ 5.800.026,00
EvoBooks	Evobooks Participacoes S	1	R\$ 5.000.000,00
Xmile Learning	Roberto Fiszpan Kaplan	13	R\$ 4.655.175,00
erêlab	Roni Hirsch	3	R\$ 4.246.800,00
erêlab	Salo Hirsch	2	R\$ 4.236.800,00
Saútil	Fernando Fernandes	121	R\$ 4.031.618,00
Dr. Agora	Marcos Pereira De Lima Filho	2	R\$ 3.951.255,00
GEEKIE	Leonardo Ribeiro de Castro Carvalho	2	R\$ 3.812.600,00
Mgov	Marcos Felipe Mendes Lopes	2	R\$ 3.690.000,00
Aondê	Giovani Padoin	2	R\$ 3.638.500,00
Aondê	Jose Helio Sales Feitosa Junior	2	R\$ 3.638.500,00
Aondê	Bruno Ambar	1	R\$ 3.618.500,00
Aondê	Juliana Americano do Brasil	1	R\$ 3.618.500,00
Aondê	Joao Felipe Fonseca Lima	1	R\$ 3.618.500,00
Concretta	Daniel Magalhaes	10	R\$ 3.465.851,00
QMágico	Thiago Freire Feijao Moreira	1	R\$ 3.102.979,00
QMágico	Alessandro Aloise De Assis	1	R\$ 3.102.979,00
Fábrica de Aplicativos	Hugo Borges Yang	2	R\$ 3.020.000,00
Hand Talk	Sergio Papini De Mendonca Uchoa	6	R\$ 2.230.000,00
BIVA	Paulo Felipe Martins David	3	R\$ 2.149.541,00
BIVA	Jorge Vargas Neto	7	R\$ 2.142.591,00
COS Odonto	Ricardo De Almeida Prado Catunda	3	R\$ 1.813.000,00
Clínica Sim	Denis Xavier Cruz	9	R\$ 1.717.515,00
Corujao	Ana Teresa Alvarez Calderon Velarde	2	R\$ 1.400.000,00
Jeitto	Carlos Paes De Barros Filho	6	R\$ 1.368.011,00
Jeitto	Step One Participacoes Societarias E Imobiliarias Ltda	2	R\$ 1.348.000,00

Jeitto	Atlantic Management Holding Company Limited	1	R\$ 1.347.000,00
Meplis	Oliver Anthony Maurice Sergeant	3	R\$ 1.346.800,00
Sangue Bom	Marco Collovati	1	R\$ 1.220.000,00
Banco Pérola	Alessandra Goncalves De Franca	2	R\$ 957.000,00
EWally	André Cunha	10	R\$ 777.676,00
Tô Garantido	Felipe Pessoa Dos Santos Cunha	4	R\$ 748.983,00
Dossier Digital	Maria Leticia De Araujo Lisboa	2	R\$ 735.000,00
CONECTA MUNDO	Paulo Roberto Mascarenhas	6	R\$ 699.816,00
Tô Garantido	Vicente Jadir Ivo De Macedo	4	R\$ 659.083,00
Meplis	Pedro Ivo Neves Azevedo Machado	2	R\$ 635.000,00
Hand Talk	Bruno Martins Goncalves Ferreira	7	R\$ 605.000,00
CONECTA MUNDO	Yvone Maria Mascarenhas	5	R\$ 541.244,00
Clínica Sim	Antonio Ivan Cordeiro Filho	2	R\$ 511.515,00
Clínica Sim	Yuri Barreto Kaminski	2	R\$ 502.515,00
Concretta	Sidney de Sousa Bezerra	8	R\$ 400.000,00
Saútil	Edgard Luiz Greco Morato	2	R\$ 386.260,00
Plataforma Kiduca	Jorge Alberto França Proença	3	R\$ 330.000,00
Fábrica de Aplicativos	Gregório Marin Júnior	4	R\$ 320.000,00
Plataforma Kiduca	Fabio Rodrigo Colombini	1	R\$ 300.000,00
Concretta	Juliana De Almeida Dorea	4	R\$ 260.000,00
Joy Street	Frederico De Vasconcelos Pereira	3	R\$ 241.579,00
Joy Street	Diego Garcez Alves	2	R\$ 237.579,00
Joy Street	Izabella De Lima Ferreira Lyra	1	R\$ 237.279,00
Dataeduc	Rodrigo Faria	11	R\$ 224.001,00
EWally	Cleuza Xavier De Oliveira Cunha	3	R\$ 212.100,00
Senfio	Elyr Teixeira De Almeida Alve	2	R\$ 205.000,00
Konkero	Rafael Sant Ana Do Amaral	1	R\$ 200.000,00

Tá Na Hora	Juliano Froehner	8	R\$ 177.895,00
Mobilità	Júlio César Souza	5	R\$ 171.200,00
3ID	Marlei de Sousa Cezario	2	R\$ 165.454,00
DreamShaper	Joao Pedro Rodrigues Borges	1	R\$ 151.000,00
DreamShaper	Jose Miguel Ferraz Ferreira Queimado	1	R\$ 151.000,00
Hand Talk	Carlos Wanderlan De Amorim Soares	2	R\$ 150.000,00
MonsterJoy	Rafael Da Silva Ribeiro	18	R\$ 146.051,00
Hand Talk	Nuno Manuel Azevedo Madeira De Abreu	3	R\$ 146.000,00
ECTAS	Flavio Fernandes Sisti	3	R\$ 140.000,00
Eruga	Wellington Moscon	4	R\$ 140.000,00
Hand Talk	Ronaldo Tenorio De Freitas	1	R\$ 140.000,00
Hand Talk	Jose Thadeu Maciel Marques Luz Filho	1	R\$ 140.000,00
Sinapse Virtual	Glenny Brasil Gurgel	4	R\$ 140.000,00
IES5	Tatiane Regina Bonfim	2	R\$ 112.000,00
IES4	Maristela Poli Guanais	2	R\$ 110.000,00
Guten News	Daniel Perecim Funis	4	R\$ 101.000,00
IES10	Walmor de Almeida Nogueira Largura	1	R\$ 100.000,00
IES3	Ana Lucia Jankovic Barduchi	1	R\$ 100.000,00
IES6	Maria Ines Crnkovic Octaviani	1	R\$ 100.000,00
IES7	Benedito Cristiano Aparecido Petroni	1	R\$ 100.000,00
IES8	Lenita Della Libera Meira Altoe	1	R\$ 100.000,00
IES9	Anterita Cristina de Sousa Godoy	1	R\$ 100.000,00
Instituto Alpha Lumen	Odir Augusto Guerreiro Martins	6	R\$ 100.000,00
Sinapse Virtual	Kerma Brasil Gurgel	4	R\$ 100.000,00
Mobilità	Guilherme Cunha	4	R\$ 96.000,00
Sangue Bom	Barbara Pereira De Lucena	2	R\$ 93.000,00
Sinapse Virtual	Fernando Menezes Matos	1	R\$ 80.000,00

Nutrisoft	Gabriela Siguinolfi Casadei	1	R\$ 72.400,00
Nutrisoft	Gustavo Henrique Toledo Da Silva	1	R\$ 72.400,00
meu tutor	Alan Pedro Da Silva	2	R\$ 70.000,00
Sementes Brilhantes	Irones Oliveira Paula	2	R\$ 70.000,00
Sementes Brilhantes	Glauca Paula Maciel	1	R\$ 70.000,00
Meritt	Alexandre Augusto De Oliveira	12	R\$ 68.101,00
KIDU	Jose Luiz Aliperti Junior	3	R\$ 67.800,00
Senfio	Daniel Dos Santos Morim	1	R\$ 63.000,00
Tá Na Hora	Michael Kapps	2	R\$ 62.895,00
Incluir Tecnologia	Fernando Freitas	2	R\$ 60.001,00
Incluir Tecnologia	Eliezer Ribeiro De Freitas	1	R\$ 60.000,00
Playmove	Marlon Pierre Souza	3	R\$ 60.000,00
Playmove	Iolanda Schuller Sieves	2	R\$ 60.000,00
égalité	Bernardo Lamas Esposito	5	R\$ 58.000,00
Tá Na Hora	Thomas Von Ungern Sternberg Prufer	1	R\$ 57.895,00
Tá Na Hora	Andre Guimaraes Sakata	2	R\$ 57.895,00
Tá Na Hora	Luis Felipe Gonzalez	1	R\$ 57.895,00
Tá Na Hora	Jorge Andre Rocha De Sousa	1	R\$ 57.895,00
égalité	Fernando Dos Santos Schmitt	3	R\$ 56.000,00
Arkos	Bruno Kosinski	1	R\$ 51.000,00
Arkos	Odair Artmann	1	R\$ 51.000,00
Backpacker	Bruno Picinin Cardoso	1	R\$ 50.000,00
Backpacker	Joao Lucas Noroes Silveira	1	R\$ 50.000,00
Backpacker	Caio Vinicius Silva Braz	1	R\$ 50.000,00
Guten News	Danielle Gobbi Brants	1	R\$ 50.000,00
IPTI	GERALDO RIBEIRO FILHO	21	R\$ 45.501,00
3ID	Fabiane Castro Vaz	1	R\$ 45.454,00

3ID	Alisson Jardim Pereira	1	R\$ 45.454,00
3ID	Iara de Sousa Cesário	1	R\$ 45.454,00
meu tutor	Ig Ibert Bittencourt Santana Pinto	2	R\$ 41.000,00
ECTAS	Paulo Henrique Scheidemantel	1	R\$ 40.000,00
AEC	Paulo Henrique Araujo De Menezes Rodrigues	2	R\$ 35.400,00
AEC	Carlos Edmar Pereira	1	R\$ 30.400,00
Epitrack	Jones Oliveira De Albuquerque	1	R\$ 30.000,00
Epitrack	Onicio Batista Leal Neto	1	R\$ 30.000,00
meu tutor	Edmilson Gomes Fialho	2	R\$ 30.000,00
Mgov	Guilherme Finkelfarb Lichand	1	R\$ 30.000,00
Mgov	Rafael Zoellner Vivolo	1	R\$ 30.000,00
neofuturo	Messias Eduardo Barbosa	1	R\$ 20.000,00
neofuturo	Rafael Teixeira Dias Camargos	1	R\$ 20.000,00
neofuturo	Wilian Domingues Souza	1	R\$ 20.000,00
neofuturo	Marinete Padilha Dos Santos	1	R\$ 20.000,00
neofuturo	Renata Rodrigues De Matos Oliveira	1	R\$ 20.000,00
Que Fala!	Cristiane Ferreira Mendelini	1	R\$ 20.000,00
Que Fala!	Juliana De Lima Remorini	2	R\$ 20.000,00
Que Fala!	Paulo Rogerio Panhoto	1	R\$ 20.000,00
Dataeduc	Fernanda Cristina Ribeiro Faria	2	R\$ 15.000,00
Eruga	Igor Rodolfo Cecato Pieruccini	2	R\$ 15.000,00
Clínica +60 Saúde.	Fernando Assunção	3	R\$ 10.500,00
Dataeduc	Victor Voltarelli	1	R\$ 10.000,00
Instituto Alpha Lumen	Maria Cristina Pavani Mineiro	3	R\$ 10.000,00
MultiOrto	Orestes Maciel Camara Freire	2	R\$ 10.000,00
MultiOrto	Frederico Maciel Camara Freire	2	R\$ 10.000,00
Prô	Rodolfo Goncalves Araujo	1	R\$ 10.000,00

Prô	Tais Rios Salomao de Souza	1	R\$ 10.000,00
TIC Educa	Hilda Sassi Jordao	2	R\$ 9.000,00
TIC Educa	Teresa Cristina Jordao	3	R\$ 9.000,00
Vivenda	Fernando Amiky Assad	2	R\$ 7.000,00
Clínica +60 Saúde.	Geraldo Camargo Neto	3	R\$ 6.500,00
egalitê	Paola Kolberg	1	R\$ 6.000,00
egalitê	Guilherme Pritsch Braga	1	R\$ 6.000,00
Clínica +60 Saúde.	Estevão Alves Valle	2	R\$ 5.500,00
Medcloud	Larissa Claudine Lino Silva	1	R\$ 5.500,00
Medcloud	Dimas Francisco Silva Junior	2	R\$ 5.500,00
Casa Angela	Reinaldo Costa do Nascimento	2	R\$ 5.000,00
F123	Fernando H F Botelho	1	R\$ 5.000,00
Instituto Alpha Lumen	Nuricel Villalong Aguilera	3	R\$ 5.000,00
Kidopi	Mario Sergio Adolfi Junior	1	R\$ 3.000,00
Kidopi	Hugo Cesar Pessotti	1	R\$ 3.000,00
Vivenda	Marcelo Zarzuela Coelho	3	R\$ 3.000,00
Vivenda	Igiano Lima De Souza	4	R\$ 3.000,00
Casa Cuca	Thais Albernaz Guimaraes Arruda	1	R\$ 2.000,00
Casa Cuca	Tatiana Brochado Veiga	1	R\$ 2.000,00
Kidint	Bernardo Zamijovsky	3	R\$ 2.000,00
COS Odonto	Uyara Camargo Rassi Catunda	1	R\$ 1.000,00
COS Odonto	Decio Pietruci Junior	1	R\$ 1.000,00
GEEKIE	Denis Fernando Mizne	1	R\$ 1.000,00
Kidint	Soluciones Tecnologicas E Informaticas Chile Japon Spa	1	R\$ 1.000,00
Casa Angela	Eva Martins de Castro	2	R\$ 1,00

Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE 6 – Espaço social de negócios de impacto

Este apêndice apresenta os dados coletados na análise do espaço social em formação identificado ao redor da Artemisia, como complemento do Capítulo 4. A Artemisia e o espaço social.

O Quadro 65 exemplifica como os agentes foram identificados no espaço social em formação acerca da Artemisia, incluindo o nome do agente, sua posição no espaço de acordo com as categorias criadas no decorrer do capítulo, a empresa e a função do agente.

Quadro 65: Estrutura organizacional da Artemisia, Intermediários e Produtores de Conhecimento

Agente	Posição	Empresa	Função
Bernardo Zamijovsky	Acelerado Artemisia	Kidint	Quadro Societário
Beto Scretas	Produtor de Conhecimento	FTS, Din4mo	Autor
Beto Scretas	Intermediário	Bemtevi	Equipe
Daniel Balestro Izzo	Intermediário	VOX Capital	Equipe
Daniel Balestro Izzo	Investidor Artemisia	VOX Capital	Equipe
Daniel Balestro Izzo	Intermediário	VOX Capital	Quadro Societário
Daniel Balestro Izzo	Investidor Artemisia	VOX Capital	Quadro Societário
Gustavo Henrique Toledo Da Silva	Acelerado Artemisia	Nutrisoft	Quadro Societário
Gustavo Pimentel	Produtor de Conhecimento	FTFS	Autor
Gustavo Pimentel	Intermediário	SITAWI	Equipe
Haroldo Da Gama Torres	Produtor de Conhecimento	Ashoka, CEATS, ICE	Autor
Haroldo Da Gama Torres	Mentor Artemisia	Artemisia	Equipe
Haroldo Da Gama Torres	Intermediário	Din4mo	Equipe
Katherine Milligan	Parceiro Artemisia	Prêmio Empreendedor Social	Equipe
Kelly Michel Souza	Aceleradora	Artemisia	Equipe
Kelly Michel Souza	Parceiro Artemisia	Potencia Ventures	Equipe
Kelly Michel Souza	Investidor Artemisia	Village Capital	Equipe
Kelly Michel Souza	Investidor Artemisia	VOX Capital	Quadro Societário
Kelly Michel Souza	Aceleradora	Artemisia	Quadro Societário

Fonte: Elaboração própria