



MODELOS DE NEGÓCIO DE IMPACTO (IBM)

DECODIFICANDO A
INTEGRAÇÃO DE SOLUÇÕES
DE IMPACTO NO CENTRO
DO SEU NEGÓCIO:
16 CASOS INSPIRADORES DE
EMPRESAS B CERTIFICADAS

POR QUE FALAR SOBRE MODELOS DE NEGÓCIO DE IMPACTO?

Por acreditar no imenso potencial que os negócios representam para a construção de um sistema econômico mais inclusivo, equitativo e regenerativo para as pessoas e para o planeta, os parceiros desse estudo se unem visando promover os modelos de negócio de impacto e explicitar como eles são estabelecidos na prática.

Esta publicação foi idealizada pela Utopies e realizada pela Utopies Brasil, Empresas B Certificadas, juntamente com o Sistema B Brasil. Utopies e Utopies Brasil são consultorias de sustentabilidade que também atuam como Think Tanks com a finalidade de contribuir ao debate público sobre sustentabilidade através da produção de conteúdo. O Sistema B Brasil, organização parceira do B Lab, é responsável pelo engajamento, difusão e promoção do Movimento das Empresas B no país.



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

4

SEÇÃO 1

O SISTEMA B E A AVALIAÇÃO
DE IMPACTO B (BIA)

5

SEÇÃO 2

O QUE SÃO OS MODELOS DE NEGÓCIO
DE IMPACTO (IBM)?

7

SEÇÃO 3

ESTUDO DAS EMPRESAS B
CERTIFICADAS NO BRASIL:
COMO INTEGRAR A RESOLUÇÃO
DE QUESTÕES SOCIOAMBIENTAIS EM
SEUS NEGÓCIOS ATRAVÉS DOS IBM

11

SEÇÃO 4

EMPRESAS CONTRIBUINDO
AO COMBATE E ADAPTAÇÃO ÀS
MUDANÇAS CLIMÁTICAS

13

SEÇÃO 5

EMPRESAS CONTRIBUINDO PARA
PRESERVAÇÃO E VALORIZAÇÃO
DA BIODIVERSIDADE

19

SEÇÃO 6

EMPRESAS CONTRIBUINDO PARA O
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO &
A INCLUSÃO SOCIAL

26

SEÇÃO 7

DECODIFICANDO AS CHAVES PARA A
TRANSFORMAÇÃO

32

CONCLUSÃO

35

INTRODUÇÃO



A transformação sustentável dos negócios é uma demanda cada vez mais urgente em todo o mundo, à medida que os desafios socioambientais e econômicos se agravam. Emergência climática, crise da biodiversidade e ampla desigualdade social são algumas das problemáticas mais complexas de nossos tempos.

Estes são problemas que não podem mais ser ignorados pela sociedade, governos e atores econômicos. É imperativo que todos desempenhem um papel na implementação de soluções.

Os negócios são parte essencial para o enfrentamento desta realidade. O Movimento das Empresas B, criado em 2006, reconhece justamente empresas que usam a força de seus negócios para a construção de um sistema econômico mais justo e igualitário para todas as pessoas e para o planeta através dos seus produtos, serviços e operação.

“O foco tradicional da sustentabilidade corporativa, mais conectada a mudanças marginais ao negócio, dá lugar a um novo olhar que se concentra na transformação dos modelos de negócio propriamente ditos.

Acompanhando o debate sobre sustentabilidade no mercado brasileiro, o Sistema B Brasil tem reforçado suas ações no país, contando cada vez mais com a adesão de empresas que atuam em diferentes setores e conseguem aliar desempenho do negócio com bem-estar social e ambiental.

O foco tradicional da sustentabilidade corporativa, mais conectada a mudanças marginais ao negócio, dá lugar a um novo olhar que se concentra na transformação dos modelos de negócio propriamente ditos.

Este conceito (no resto do texto referido como IBM – Impact Business Model) busca traduzir mudanças de paradigmas na sustentabilidade corporativa com novas diretrizes que contribuam para que as empresas busquem soluções para estes desafios e as integrem na essência de sua atividade, permitindo assim aliar desempenho econômico e geração de impactos positivos. Portanto, o estudo apresentado a seguir tem como propósito principal aprofundar a compreensão sobre os Modelos de Negócio de Impacto e inspirar outras organizações a identificar oportunidades de revisão de seus negócios. Além disso, também analisa a contribuição destes modelos aos desafios da realidade brasileira, a partir da análise de casos reais de empresas B Certificadas.

Para isso, a pesquisa mapeou as Empresas B Certificadas brasileiras que contribuem com alguns dos principais desafios atuais – o combate às mudanças climáticas, preservação e regeneração da biodiversidade e o desenvolvimento econômico e inclusão social de populações vulnerabilizadas –, e identificou as alavancas econômicas-chave para o sucesso destes modelos de negócio.

1. SISTEMA B E A AVALIAÇÃO DE IMPACTO B (BIA)

As Empresas B são empresas que buscam ser melhor PARA o mundo e não apenas as melhores DO mundo. Este é o lema que une as empresas que fazem parte do Movimento Global de Empresas B - uma comunidade que busca redefinir o sucesso empresarial a partir dos impactos sociais e ambientais positivos. Isso significa que as organizações compreenderam que é possível ter sucesso atuando com responsabilidade social e ambiental. A Certificação como Empresa B, criada nos EUA em 2006 pelo B Lab; uma organização sem fins lucrativos; expandiu-se globalmente, alcançando mais de 7500 mil empresas em mais de 90 países, sendo 1000 na América Latina e 310 em todo o Brasil.

O Sistema B Brasil, estabelecido em 2012 como parceiro local do B Lab, é parte integrante desse Movimento Global, e responsável por promover o engajamento e a divulgação no país, já tendo apoiado a certificação de mais de 300 empresas no Brasil. Com isso, vem inspirando outras organizações para o movimento B, através da divulgação e *advocacy* para causas sociais e ambientais, além do apoio a mensuração e gestão de impacto.

As Empresas B Certificadas são negócios dos mais diferentes tipos, portes e indústrias, mas com o propósito único de trabalhar em conjunto para criar uma nova economia: mais inclusiva, equitativa e regenerativa. Elas atendem aos mais altos padrões de desempenho social, ambiental e de governança. Além disso, se comprometem com melhorias contínuas, integrando a sustentabilidade em seus modelos de

negócios. A Certificação como Empresa B é uma marca que simboliza confiança e valor, evidenciando o compromisso de serem "melhores PARA o mundo", transcendendo o sucesso financeiro e promovendo um sistema econômico mais sustentável.

O primeiro passo para se tornar uma Empresa B Certificada é a realização do diagnóstico da organização através do preenchimento da Avaliação de Impacto B (BIA). Trata-se de um questionário abrangente que inclui de 200 a 300 perguntas sobre as mais diversas práticas corporativas e diferentes atividades comerciais.

A Avaliação de Impacto B (BIA) é a ferramenta desenvolvida pelo B Lab para mensurar o desempenho social e ambiental de uma empresa de forma holística, considerando suas relações com diferentes partes interessadas, e especificidades associadas ao seu porte, localização, setor e indústria.

A Avaliação é baseada em uma pontuação de 0 a 250 pontos e abrange cinco áreas principais: governança, trabalhadores, comunidade, meio ambiente e clientes. Além de um Questionário de Divulgação.

As empresas que atingem a pontuação mínima de 80 pontos e passam por um processo de auditoria se tornam Empresas B Certificadas. Isso significa que elas atendem as exigências relacionadas às questões sociais, ambientais, de transparência e responsabilidade pública. Diferente das ferramentas de avaliação convencionais de Responsabilidade Social Corporativa, a BIA é mais completa, tanto em aspectos



operacionais, relacionados às atividades do dia a dia das organizações, quanto nas seções conhecidas como “Modelo de Negócios de Impacto” (em inglês IBM: Impact Business Model), que analisam as maneiras pelas quais o serviço ou produto oferecido por um negócio é projetado para criar benefícios específicos em uma determinada temática ou grupo.

As perguntas específicas relacionadas aos Modelos de Negócio de Impacto (IBM) representam mais da metade da BIA, o que evidencia a importância da integração e da geração de impacto nos modelos de negócios para a Certificação. O objetivo dessas perguntas é determinar em que medida a empresa estabeleceu um modelo de negócio virtuoso em seu cerne, permitindo ampliar seu impacto positivo para as pessoas e o planeta, à medida que expande seus negócios.



Detalhamento da pontuação da BIA da Empresa B Certificada Movin. Destaque em verde para os pontos relativos aos IBM.

AS QUESTÕES DOS IBM: UMA PARTE ÚNICA DA AVALIAÇÃO DE IMPACTO B

Compras feitas de fornecedores provenientes de comunidades carentes	Sua empresa compra diretamente de fornecedores provenientes de comunidades carentes que operam em mercados de baixa renda ou em situação de pobreza ou pobreza extrema?
Tipos de fornecedores provenientes de comunidades carentes	Que tipos de fornecedores de mercados de baixa renda, em situação de pobreza ou pobreza extrema fazem parte da cadeia de abastecimento da sua empresa?
Porcentagem das compras feitas com condições comerciais vantajosas para os fornecedores	Que porcentagem do custo de materiais da empresa no último ano fiscal proveio de fornecedores oriundos de comunidades carentes que receberam as condições comerciais mencionadas anteriormente?
Medidas inovadoras para mitigar a pobreza na cadeia de abastecimento	A abordagem da empresa com relação às compras feitas de pequenos fornecedores tem algum diferencial ou alguma inovação que tenha gerado uma mudança no setor? Tratava-se de algo único e replicável no momento de sua criação, que depois foi copiado por outras organizações?
Apoio a pequenos fornecedores	A empresa oferece ou contribui para a prestação de serviços de apoio para fornecedores provenientes de comunidades carentes? Que porcentagem do custo total de materiais da empresa no último ano fiscal proveio de fornecedores oriundos de comunidades carentes que receberam apoio para o fortalecimento de capacidades mencionado anteriormente?
Verificação das condições de trabalho e do pagamento de salários justos	Sua empresa verifica se as condições de trabalho e os salários oferecidos pelos fornecedores atendem a padrões confiáveis para garantir a dignidade e a autonomia econômica dos funcionários? Em caso afirmativo, que metodologia é usada para determinar esses padrões?
Avaliação dos salários e das condições de trabalho	Como são avaliados e monitorados os salários e as condições de trabalho para garantir a conformidade constante com os padrões descritos anteriormente?
Monitoramento do impacto sobre os trabalhadores	Sua empresa monitora o impacto de seu trabalho com pequenos fornecedores sobre a vida dos funcionários dessas empresas?
Transparência na cadeia de abastecimento	Os clientes e/ou o público têm acesso a informações sobre as práticas da cadeia de abastecimento da empresa?

Questões relacionadas ao Modelo de Negócio de Impacto (IBM) 'Alívio da Pobreza na Cadeia de Fornecedores'.

AS QUESTÕES DOS IBM CAPTURAM TANTO O IMPACTO ALCANÇADO E ESPERADO, QUANTO A MAGNITUDE DAQUELE MODELO DENTRO DO MODELO GERAL DA EMPRESA - DE ACORDO COM A PORCENTAGEM RELATIVA DE RECEITAS OU CUSTOS ASSOCIADOS AO IMPACTO POSITIVO

2. O QUE SÃO OS MODELOS DE NEGÓCIO DE IMPACTO (IBM)?

Os Modelos de Negócio de Impacto (IBM) desempenham um papel crucial na obtenção da Certificação como Empresa B. Até o momento, foram reconhecidos 24 desses modelos, distribuídos nas cinco áreas de impacto da BIA (Governança, Trabalhadores, Comunidade, Meio Ambiente e Clientes), como ilustrado na tabela abaixo.

Importante notar que as questões dos Modelos de Negócio de Impacto (IBM) não se aplicam a todas as empresas que realizam a Avaliação de Impacto B. Embora empresas tradicionais dificilmente se qualifiquem em um IBM, a maioria das empresas terá no máximo um ou dois, sendo raro uma empresa pontuar em mais de três IBM.



GOVERNANÇA

1 PROTEÇÃO DA MISSÃO

Reconhece empresas que protegem sua missão e capacidade de considerar formalmente as partes interessadas na tomada de decisão por meio de sua estrutura corporativa ou documentos de governança corporativa através da adoção das Cláusulas B

TRABALHADORES

2 PERTENCENTE AO TRABALHADOR

Reconhece modelos de propriedade distributiva que capacitam funcionários, incluindo cooperativas e ESOPs

3 DESENVOLVIMENTO DA FORÇA DE TRABALHO

Reconhece populações cronicamente subempregadas, ofertando empregos de qualidade e treinamento profissional

COMUNIDADE

4 DIMINUIÇÃO DA POBREZA POR MEIO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

Reconhece estratégias da cadeia de fornecedores que reduzem a pobreza através de termos comerciais, condições positivas de trabalho e apoio a fornecedores carentes

6 DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO LOCAL

Reconhece estratégias para fortalecer as economias locais através de compras, propriedade, bancos, clientes e doações de caridade

8 COOPERATIVAS DE PRODUTORES

Reconhece estruturas de propriedade de fornecedores que empoderam fornecedores organizando produção, tomada de decisão e distribuição de lucros

5 ALÍVIO DA POBREZA POR MEIO DE MICRODISTRIBUIDORES

Reconhece oportunidades para micro empreendedorismo para indivíduos carentes por meio de franquias ou distribuição de produtos

7 DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO NACIONAL

Reconhece estratégias para fortalecer o desenvolvimento econômico nacional por meio de privatização ou substituição de importação em mercados subdesenvolvidos

9 PROJETADO PARA DOAR

Reconhece compromissos permanentes para fornecer parcelas significativas dos lucros da empresa, receita, patrimônio ou tempo para causas sociais e ambientais

MEIO AMBIENTE

10 ENERGIA RENOVÁVEL OU DE COMBUSTÃO MAIS LIMPA

Produtos/serviços que reduzem as emissões de Gases de Efeito Estufa, fornecendo energia renovável ou de combustão mais limpa (por exemplo, produtores/instaladores de painéis solares, veículos híbridos e produtos auto-alimentados com energia renovável)

12 CONSERVAÇÃO DO SOLO/VIDA SILVESTRE

Reconhece produtos/serviços que preservam ou restauram ambientes e/ou protege animais, através da restauração ambiental (reflorestamento, re-população de espécies ameaçadas); conservação da vida selvagem (prevenção da degradação do ecossistema); Produção Sustentável e Orgânica: Papel FSC, Frutos do mar MSC, Certificação Rainforest Alliance

14 PROCESSOS DE FABRICAÇÃO ECOLÓGICOS E INOVADORES

Reconhece práticas ambientais abrangentes que redesenham processos tradicionais para conservar os recursos naturais, reduzindo significativamente sua pegada ecológica em comparação com seu desempenho anterior ou com parâmetros de referência do setor

11 CONSERVAÇÃO DE RECURSOS

Reconhece produtos/serviços que reduzem o uso de recursos e/ou limitam resíduos direcionados para aterros

13 REMEDIAÇÃO/REDUÇÃO DE TOXINAS

Reconhece produtos/serviços que reduzem ou remediam toxinas ou poluição (Não geneticamente modificado; produto utiliza materiais menos tóxicos do que alternativas de mercado; mitigam danos após o descarte; previnem poluição ou descarte perigoso)

15 INFORMAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Reconhece produtos/serviços que promovem a conscientização sobre importantes questões ambientais e conservação

CLIENTES

16 SERVIÇOS BÁSICOS PARA OS MENOS FAVORECIDOS

Reconhece produtos/serviços que fornecem ou auxiliam no fornecimento de serviços básicos fundamentais a indivíduos sem acesso prévio

19 EDUCAÇÃO

Reconhece produtos/serviços que melhorem as habilidades e conhecimentos dos indivíduos

22 ARTE, MÍDIA & CULTURA

Reconhece produtos/serviços que promovam e preservem o patrimônio artístico, cultural ou a promoção ao engajamento cívico

17 EMPODERAMENTO ECONÔMICO PARA OS MENOS FAVORECIDOS

Reconhece produtos/serviços que forneçam ou auxiliem na prestação de atividades de geração de renda para comunidades tradicionais e pessoas em vulnerabilidade social

20 APOIO ÀS EMPRESAS ORIENTADAS POR PROPÓSITO OU COM MENOS RECURSOS

Reconhece produtos/serviços que possibilitem o sucesso financeiro ou operacional de empresas que são orientadas a propósito ou com poucos recursos

23 INFRAESTRUTURA/ CONSTRUÇÃO DE ACESSO AO MERCADO

Reconhece produtos/serviços que forneçam a infraestrutura necessária para comunidades que antes eram inacessíveis

18 SAÚDE & BEM-ESTAR

Reconhece produtos/serviços que promovam a saúde e o bem-estar dos indivíduos

21 MELHORIA DE IMPACTO

Reconhece produtos/serviços que impulsionam mudanças positivas nas organizações para melhorar seu impacto social ou ambiental

24 SERVIR AOS NECESSITADOS

Reconhece produtos/serviços que são direcionados para ou beneficiam tradicionalmente populações vulneráveis e sub-atendidas



Os Modelos de Negócio de Impacto (IBM) podem ser baseados no produto ou serviço de uma empresa, em um processo ou atividade específica, ou na estrutura da empresa em si. Alguns estão relacionados a modelos da cadeia de valor, por exemplo, estratégias para reduzir a pobreza das comunidades locais por meio do fortalecimento econômico dos trabalhadores ao longo da cadeia de fornecimento, seja através de melhores condições comerciais, oferecimento de capacitações ou apoio a melhores condições de trabalho, e que são valorizados no IBM "Diminuição da pobreza por meio da cadeia de suprimentos". Já outros estão mais relacionados aos

modelos internos da empresa, ou seja, a estrutura organizacional que, por exemplo, permite o empoderamento de seus funcionários, como no IBM "Pertencente ao Trabalhador". Além disso, há IBMs relacionados à oferta de produtos e serviços benéficos e existem os IBMs específicos para setores, os quais permitem uma análise mais precisa do impacto em três setores em particular: educação, finanças e construção.

Ao contrário das perguntas relacionadas ao Impacto Operacional, que se concentram no desempenho e práticas operacionais, como é gerenciado e operado no dia a dia de uma startup a uma multinacional, os Modelos de Negócio de Impacto vão além e

exploram se e como uma empresa é projetada para criar impactos sociais e/ou ambientais positivos específicos.

Para se qualificar para um IBM e obter uma pontuação elevada, uma empresa deve ter um modelo de negócio alinhado a cinco características fundamentais de impacto:

► **ESPECÍFICO:** os modelos de negócio se concentram em beneficiar um grupo específico de *stakeholders* com resultados positivos claramente definidos.

► **MATERIAL:** geram um impacto significativo e mensurável para os *stakeholders* designados, não sendo apenas uma parte parcial dos negócios.



► **VERIFICÁVEL:** os impactos dos modelos de negócios podem ser documentados e verificados por meio da documentação e evidências qualitativa e quantitativas da empresa, não sendo baseados apenas em políticas ou práticas informais.

► **DURADOURO:** são estratégias e modelos fundamentais para o design da empresa, difíceis de serem alterados a curto prazo e incorporados à essência dos negócios.

► **EXTRAORDINÁRIO:** IBMs são únicos e incomuns para uma empresa, não sendo algo encontrado em organizações convencionais.

A qualificação para um IBM na BIA começa com uma avaliação da "intensidade" do modelo de negócios de impacto. Isso ajuda a diferenciar os níveis de impacto potencial e as melhores práticas para

empresas com esse perfil. Em seguida, avalia-se a magnitude relativa do Modelo de Negócios de Impacto, com base na receita do produto ou serviço na operação da empresa. É uma conquista significativa apresentar um ou mais IBMs que sejam economicamente viáveis. Isso demonstra a capacidade de uma empresa de criar valor e gerar receita por meio de impactos positivos. Ao integrar o impacto no centro do modelo de negócio, o sucesso da empresa se torna inseparável da geração de impacto positivo. Uma empresa que gera receita consistentemente a partir de um IBM, ano após ano, efetivamente descobriu a fonte de receita sustentável a partir de um impacto positivo.



“Ao integrar o impacto no centro do modelo de negócio, o sucesso da empresa se torna inseparável da geração de impacto positivo.”



3. ESTUDO DAS EMPRESAS B CERTIFICADAS NO BRASIL: COMO INTEGRAR A RESOLUÇÃO DE QUESTÕES SOCIOAMBIENTAIS EM SEUS NEGÓCIOS ATRAVÉS DOS IBM

A METODOLOGIA DO ESTUDO

Este estudo tem como ponto de partida a Avaliação de Impacto B (BIA) e especificamente os aspectos relacionados aos Modelos de Negócio de Impacto (IBM), descritos no capítulo anterior. Os Modelos de Negócio de Impacto (IBM), como mencionamos, têm a capacidade de identificar as particularidades dos negócios que geram impacto por essência, ou seja, seu

sucesso empresarial está intimamente ligado à geração de impacto positivo. Por isso, estudar empresas com pontuações relevantes nos IBM é aprofundar o entendimento sobre as correlações possíveis entre as dimensões de impacto e desempenho econômico.

Para esta publicação, fizemos um primeiro recorte no universo das Empresas B Certificadas no Brasil (mais

de 300)¹, buscando identificar organizações que estão contribuindo para três grandes temáticas: o combate às mudanças climáticas, preservação e regeneração da biodiversidade e o desenvolvimento e inclusão social de populações vulnerabilizadas. Para isso, concentramos nossa análise nos 14 Modelos de Negócio de Impacto (IBM) abaixo:

IBMs CONSIDERADOS POR TEMÁTICAS



¹A base de dados das Empresas B Certificadas utilizada para esse estudo é referente à última atualização do Sistema B Brasil de Junho de 2023.

A

lém disso, estabelecemos uma nota de corte mínima de 10 pontos nos Modelos de Negócio de Impacto (IBM) listados acima, obtendo um universo inicial de análise de 182 empresas.

Por fim, aprofundamos nossa análise com leituras de documentos públicos disponibilizados pelas empresas visando decodificar as alavancas econômicas, fatores de sucesso, dos negócios que conseguem conectar desempenho econômico e impacto. A seleção final procurou contemplar organizações de diferentes setores, portes, localidades e lideranças, que simbolizam esta integração de sucesso, não representando uma lista exaustiva ou uma classificação das empresas.



OBSERVAÇÃO

Embora tenhamos inicialmente selecionado 14 IBMs distribuídos nas três áreas temáticas, nem todos estarão presentes nos casos práticos apresentados nessa publicação. A seleção final das empresas foi feita para representar as empresas que mais se destacam na contribuição dos desafios levantados no contexto brasileiro, e não necessariamente para cobrir cada um dos IBMs mencionados.

O QUE QUEREMOS DIZER COM “ALAVANCAS ECONÔMICAS”?

Apresentado inicialmente pela Utopies na primeira edição desta série sobre Modelos de Negócio de Impacto (IBM) - disponível no [link](#) - o conceito de alavanca econômica representa um catalisador estratégico utilizado pelas empresas para integrar o impacto social e/ou ambiental em seu modelo de negócio. Em termos simples, refere-se à estratégia de negócios adotada pela empresa para sustentar suas receitas e lucros através de um impacto positivo, estabelecendo assim uma conexão sólida entre viabilidade econômica e benefícios sociais e ambientais.

4. EMPRESAS CONTRIBUINDO AO COMBATE E ADAPTAÇÃO ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Após décadas de alertas sobre o que o aumento da concentração de gases de efeito estufa poderia significar para o planeta e nossa sociedade, agora já estamos vivendo o agravamento dos eventos climáticos extremos, com muitos estudos apontando que 2023 deve ser o ano mais quente já registrado.

O Brasil está entre os países que mais emite gases de efeito estufa no mundo, devido principalmente ao desmatamento, mudanças no uso do solo e agricultura (~72%), seguido pelo setor de energia (19%)². O país tem assim um grande potencial para reduzir suas emissões apostando na preservação

e regeneração de seus biomas, na eficiência e produtividade na produção agrícola e na geração e uso de energias renováveis, ao mesmo tempo que precisa fazê-lo para garantir melhores condições para sua população e manutenção de sua própria economia.

Diante deste contexto, analisamos como os negócios podem também explorar seus potenciais de contribuição na adaptação, prevenção e mitigação das mudanças climáticas. Para isso, estudamos 5 principais Modelos de Negócio de Impacto (IBM):

- ▶ Energia renovável ou de combustão mais limpa;
- ▶ Conservação de recursos;

- ▶ Informação e educação ambiental;
- ▶ Processos de fabricação ecológicos e inovadores e
- ▶ Melhoria de Impacto.

Estes Modelos de Negócio de Impacto (IBM) revelam contornos possíveis para a integração da mudança climática no modelo de negócio: redução da intensidade das emissões de GEE na produção de energia; descarbonização e eficiência de processos, seja pela inovação, economia de recursos e/ou substituição de insumos (que emitem menos GEE); e disseminação de informações que fomentem ação contra os fatores que agravam as mudanças climática.



²Instituto-Energia-Ambiente



LOCAL: **SÃO PAULO, SÃO PAULO**

SETOR: **GERAÇÃO DE ENERGIA ELÉTRICA SOLAR**

PORTE: **10 - 49 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2016**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2016**

PONTUAÇÃO BIA: **99.1**

PRINCIPAL IBM:
**ENERGIA RENOVÁVEL OU DE
COMBUSTÃO MAIS LIMPA (26.3)**

EMPRESA B2B

<https://faroenergy.com>

[Perfil do B Lab](#)

AMPLIAÇÃO DO ACESSO À ENERGIA SOLAR ATRAVÉS DE INVESTIMENTO INICIAL ZERO E MODELO DE PAGAMENTO POR CONSUMO (PAY-PER-USE)

A Faro Energy se destaca como uma das principais desenvolvedoras de projetos de energia solar no Brasil. Como parte do grupo Modern Energy, a empresa contribui para transição para uma economia de baixo carbono, atuando com foco em eficiência energética e geração de energia distribuída.

Nos mercados emergentes, a falta de acesso a capital é uma das maiores barreiras para a rápida implantação de novas tecnologias que demandam um importante investimento inicial, como as de energias renováveis. Visando possibilitar a superação deste desafio, a Faro Energy oferece às empresas de toda a América Latina sistemas solares com custo inicial zero para o cliente, viabilizando a construção, operação e manutenção das usinas solares, e cobrando apenas pela energia consumida.

Assim, as empresas atendidas pela Faro podem fazer uso de uma energia de baixa emissão de GEE, economizam em suas contas de energia, reduzem a volatilidade dos preços energéticos e aumentam a independência em relação à rede elétrica convencional. Com a eliminação do investimento inicial por parte do cliente e adoção do modelo pay-per-use, a Faro Energy torna a energia solar acessível a empresas de todos os tamanhos, atraindo um amplo leque de empresas.

Com isso, a empresa rompe a barreira de acesso, desempenhando um papel crucial na democratização da energia solar e na redução das emissões de carbono e uso de combustíveis não renováveis. A Faro Energy contribui para a construção de uma economia de baixo carbono e reafirma seu compromisso na mitigação das mudanças climáticas.



LOCAL: **SÃO PAULO, SÃO PAULO**

SETOR: **FORNECIMENTO DE VAPOR E AR-CONDICIONADO**

PORTE: **250 - 999 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2008**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2014**

PONTUAÇÃO BIA: **109.9**

PRINCIPAL IBM:
ENERGIA RENOVÁVEL OU DE COMBUSTÃO MAIS LIMPA (29.7)

EMPRESA B2B

<https://combioenergia.com.br>

Perfil B Lab

GERAÇÃO DE ENERGIA RENOVÁVEL A PARTIR DA DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS: UM SERVIÇO DE CIRCULARIDADE À INDÚSTRIA

A Combio Energia desempenha um papel fundamental na redução da pegada de carbono no setor industrial brasileiro ao promover o uso de biomassa como alternativa aos combustíveis fósseis na geração de vapor e eletricidade. "O que é resíduo para alguns, é energia para nós".

Em muitas indústrias, a biomassa proveniente dos resíduos é descartada de forma inadequada no meio ambiente. Pensando nisso, a Combio oferece soluções completas para geração de energia renovável e de baixa emissão de CO₂ a partir da valorização e transformação desses resíduos industriais. Além disso, as emissões resultantes da queima da biomassa são tratadas e as cinzas captadas são utilizadas na produção de fertilizantes orgânicos ou compostagem, fechando o ciclo da circularidade.

A Combio Energia implementa caldeiras de biomassa nas instalações dos clientes sem nenhum investimento por parte deles, gerenciando todos os aspectos, desde investimentos até operações e manutenção, eliminando riscos financeiros e operacionais. Isso não só reduz os custos operacionais das empresas em até 40%, como também impulsiona a circularidade e a transição de matrizes energéticas baseadas em combustíveis fósseis para fontes renováveis.

Com 13 operações em todo o país, a Combio Energia fomenta a transição para uma economia circular e de baixo carbono, demonstrando como a circularidade como serviço pode ser uma alavanca poderosa para um futuro mais sustentável e com menor emissão de gases de efeito estufa.



LOCAL: **GOIÂNIA, GOIÁS**

SETOR: **CONSTRUÇÃO CIVIL**

PORTE: **1 - 9 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2002**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2014**

PONTUAÇÃO BIA: **115.2**

PRINCIPAL IBM:
**CONSERVAÇÃO DE RECURSOS
(16.6)**

EMPRESA B2C

<https://newinc.com.br>

Perfil do B Lab

CONSTRUÇÃO SUSTENTÁVEL: MUDANÇAS QUE TRAZEM IMPACTO AMBIENTAL POSITIVO E ECONOMIA

A NewInc é uma empresa de construção civil que atua há mais de 11 anos em vários estados brasileiros. A empresa afirma ser movida pelo desafio de traduzir o conceito de sustentabilidade nas diferentes fases de seus projetos, desde o design até a entrega das chaves, integrando os princípios de Construções Verdes.

Como empresa de um dos setores que mais emite gases de efeito estufa, a NewInc busca inovar para reduzir a sua pegada ecológica. Diferentes práticas de sustentabilidade são adotadas na construção e na gestão de imóveis residenciais como: a instalação de sistemas de captação de água dos apartamentos para reaproveitamento nas áreas comuns do condomínio; o uso de energia solar para iluminação e aquecimento de água; a adoção de janelas full wall (conceito de design para construção de janelas que ocupam grande parte da parede) para garantir

maior iluminação natural; a coleta e revenda de resíduos recicláveis; além da escolha e uso de materiais que evitam o desperdício.

Além do menor uso de recursos naturais e consequentemente menor emissão de gases de efeito estufa, a empresa também destaca o benefício econômico da adoção de práticas mais sustentáveis, como a geração de renda extra para o condomínio através da venda dos recicláveis e economias de até 33% na conta de luz. Estas economias se refletem em taxas de condomínio reduzidas e em iniciativas sociais, como a construção de moradias sustentáveis aos construtores dos empreendimentos, aumentando o acesso a moradias dignas com melhor qualidade de vida para comunidades e indivíduos. A NewInc reforça assim a viabilidade de implementação de práticas mais sustentáveis aliando a economia de recursos naturais à economia financeira.



15°C

LOCAL: **JUNDIAÍ, SÃO PAULO**

SETOR: **DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE**

PORTE: **10 - 49 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2016**

EMPRESA B CERTIFICADA DESDE: **2022**

PONTUAÇÃO BIA: **82.4**

PRINCIPAL IBM: **INFORMAÇÃO & EDUCAÇÃO AMBIENTAL (10.8)**

EMPRESA B2B

<https://umgrauemeio.com>

Perfil B Lab

PLATAFORMA DE TECNOLOGIA A SERVIÇO DA REDUÇÃO DE INCÊNDIOS FLORESTAIS E EMISSÕES DE CO₂

A umgrauemeio é uma climatech que desenvolveu o Pantera, uma plataforma inovadora de gestão integrada de incêndios em florestas e plantações. O Pantera oferece módulos para prevenção, detecção e resposta rápida a incêndios por meio de software e inteligência artificial.

Os incêndios florestais no Brasil e no mundo têm aumentado consideravelmente nos últimos anos, o que resulta em maiores emissões de CO₂, perda de biodiversidade, perda de solos e doenças respiratórias. Com o Pantera, a umgrauemeio proporciona serviços de impacto aos seus clientes, permitindo que as empresas tenham uma gestão avançada e eficaz de incêndios florestais, reduzindo as emissões de CO₂ e os impactos

ambientais e sociais associados. Ao atender grandes empresas dos setores florestais e agrícolas, com 113 torres distribuídas por todos os biomas brasileiros, a empresa monitora mais de 9 milhões de hectares de terra no país, ajudando a preservar ecossistemas importantes.

A umgrauemeio coloca a tecnologia a serviço da luta contra as mudanças climáticas, ajudando outras empresas a reduzirem suas emissões e a preservar paisagens. Com projetos em andamento também na Índia, Estados Unidos e Portugal, a empresa busca estender seu modelo de gestão de incêndios inovador e desenvolver tecnologias para empoderar comunidades florestais e agrícolas.



Nude.

LOCAL: **SÃO PAULO, SÃO PAULO**

SETOR: **BEBIDAS**

PORTE: **10 - 49 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2020**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2021**

PONTUAÇÃO BIA: **100.4**

PRINCIPAL IBM:
**REMEDIÇÃO/REDUÇÃO DE
TOXINAS (13.6)**

EMPRESA B2C

<https://heynude.com.br>

Perfil do B Lab

TRANSFORMANDO A ALIMENTAÇÃO POR MEIO DO ATIVISMO CLIMÁTICO

A Nude é uma foodtech brasileira, que se dedica a promover uma alimentação consciente e de baixa pegada de carbono. Sua abordagem inovadora destaca-se não apenas pela produção de bebidas à base de aveia de pequenos produtores, mas também por suas práticas de transparência em relação às emissões, pioneiras na América Latina.

Em um momento em que a urgência climática se faz cada vez mais presente, é essencial termos o engajamento de empresas que reduzam suas pegadas de carbono e tragam transparência para que os consumidores possam também fazer escolhas mais conscientes. A Nude não se limita a ser apenas uma marca que mitiga e compensa suas emissões, mas sim acredita em ampliar sua força ao assumir um papel de empresa líder de

um ativismo em prol da redução das emissões de Gases de Efeito Estufa. Para concretizar isso, em 2022 a empresa criou o movimento #MostraSuaPegada, uma iniciativa de conscientização climática que incentiva outras marcas a aderir ao movimento de estampar a pegada de carbono dos produtos em suas embalagens. Atualmente, 25 marcas de diversos setores, desde alimentos e bebidas até moda, fazem parte desse movimento.

Assim, além de promover uma alimentação mais saudável ao oferecer alternativas vegetais de baixo impacto ambiental em toda a cadeia produtiva, a Nude promove o engajamento de outras marcas na transparência e conscientização de seus consumidores sobre o impacto ambiental de seus produtos.



5. EMPRESAS CONTRIBUINDO PARA PRESERVAÇÃO E VALORIZAÇÃO DA BIODIVERSIDADE

À

medida que o planeta enfrenta um cenário de mudanças climáticas sem precedentes, outra grande preocupação emerge: a preservação e regeneração da biodiversidade. No Brasil, lar de uma das maiores diversidades biológicas do mundo, essa questão atinge um ponto crucial. Com uma vasta gama de ecossistemas e biomas, a biodiversidade brasileira sustenta uma rica fauna e flora, que desempenha um papel vital na estabilidade global do clima, além de prover serviços ecossistêmicos com alto valor econômico, social e cultural para os povos brasileiros.

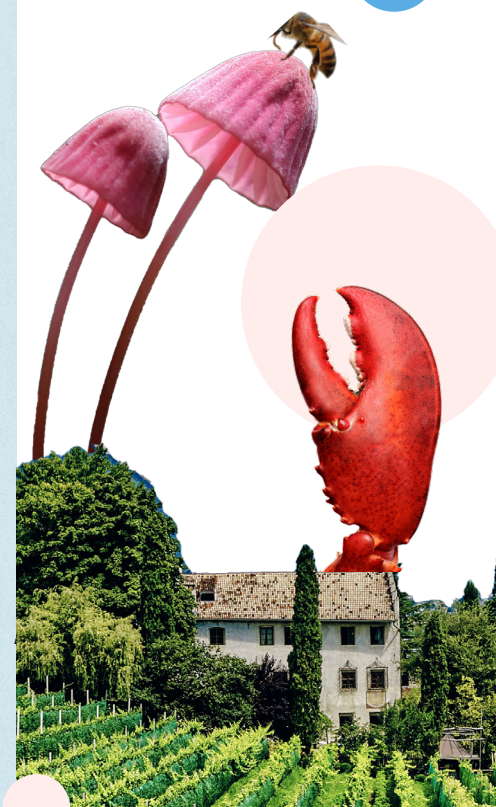
No entanto, essa riqueza natural está ameaçada. Atualmente consumimos 25% mais recursos naturais do que a capacidade de regeneração do planeta³, o que nos leva a uma iminente crise dos meios de subsistência. Estima-se que cerca 42% de espécies da flora e 9% da fauna brasileira estão ameaçadas de extinção⁴. Esse cenário é principalmente impulsionado pela destruição e exploração excessiva dos habitats e recursos naturais, pelo desmatamento e conversão do uso do solo, pelo comércio de fauna silvestre e pelas mudanças do clima.

Neste contexto, o país tem um papel fundamental, onde a conservação da biodiversidade não é apenas uma escolha ética, mas uma necessidade imperativa para garantir a saúde das pessoas e do planeta, bem como a sustentabilidade dos meios de vida. Isto

posto, compreender como os negócios no Brasil podem contribuir na conversação da biodiversidade é uma oportunidade de encontrar soluções inovadoras para endereçar essa problemática. Para isso, analisamos 6 principais Modelos de Negócio de Impacto (IBMs) relevantes à temática no Brasil:

- Conservação do solo/vida silvestre;
- Conservação de recursos;
- Remediação/redução de toxinas;
- Informação e educação ambiental;
- Processos de fabricação ecológicos e inovadores;
- Melhoria de Impacto.

Esses Modelos de Negócio de Impacto (IBM) delineiam estratégias de negócios que colocam em seu cerne a valorização da biodiversidade: práticas que englobam processos de fabricação mais ecológicos; a redução da extração de recursos naturais; a criação de soluções inovadoras para o descarte responsável de substâncias e resíduos; medidas de proteção e regeneração de ecossistemas e habitats naturais; além da disseminação ativa de informações. Esses exemplos ilustram como as empresas podem fortalecer a biodiversidade e as comunidades e povos locais envolvidos no seu manejo.



“No entanto, essa riqueza natural está ameaçada. Atualmente consumimos 25% mais recursos naturais do que a capacidade de regeneração do planeta, o que nos leva a uma iminente crise dos meios de subsistência.”

³ WWF Brasil; disponível em: [aqui](#)

⁴ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); disponível [aqui](#)

LOCAL: **ITIRAPINA, SÃO PAULO**

SETOR: **AGRICULTURA**

PORTE: **50 - 249 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2008**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2015**

PONTUAÇÃO BIA: **114.2**

PRINCIPAL IBM:
**REMEDIÇÃO/REDUÇÃO DE
TOXINAS (14.2)**

EMPRESA B2B / B2C

<https://fazendadatoca.com.br>

[Perfil do B Lab](#)

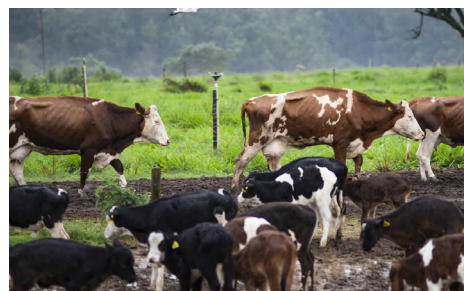
PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA ALIADA A REGENERAÇÃO DA NATUREZA

A Fazenda da Toca, parte do grupo Mantiqueira Brasil, é uma propriedade de 2.300 hectares, pioneira em sustentabilidade na agricultura brasileira. Fundada por Pedro Paulo Diniz, a fazenda evoluiu para se tornar um modelo de produção orgânica em larga escala. Com quatro grandes operações - avicultura de postura, leite, grãos e sistemas agroflorestais - a Fazenda da Toca é um exemplo vivo de como a agricultura pode ser ao mesmo tempo produtiva e regenerativa.

Repensar os modelos tradicionais de produção agropecuária no Brasil é necessário diante de um cenário de esgotamento de recursos e ameaças à biodiversidade e aos serviços ecossistêmicos providos pela natureza. Diante do desafio de escalar a agricultura orgânica, a Fazenda da Toca vem comprovando na prática a viabilidade de uma agricultura regenerativa com alta produtividade, qualidade e retorno econômico. Através de parcerias estratégicas, colaborações com investidores e produtores que compartilham do mesmo princípio da regeneração, a fazenda se consolidou

como a maior produtora de ovos orgânicos do país. Com o propósito de fortalecer e escalar o setor de orgânicos, a Toca ajuda a dinamizar toda a cadeia produtiva ao difundir conhecimento e capacitar produtores, ao mesmo tempo que colabora para aumentar a demanda por insumos e grãos orgânicos, como milho e soja, base da agropecuária.

A Fazenda da Toca não é apenas uma produtora de alimentos, é uma incubadora de soluções para uma agricultura sustentável, orgânica e regenerativa. Seu modelo de negócio, centrado na regeneração, gera receita a partir da criação de ambientes de produção saudáveis ao planeta e às pessoas, contribuindo para a biodiversidade local, reduzindo e sequestrando as emissões de carbono e com altos padrões de bem-estar animal. Ao cocriar um futuro mais sustentável e ao compartilhar seu conhecimento e práticas com outros produtores, a Fazenda da Toca transforma seu próprio espaço, plantando as sementes para uma agropecuária global mais verde e mais ética.



REVALORIZAÇÃO DE RESÍDUOS ELETRÔNICOS PARA CONSERVAÇÃO DE RECURSOS E REDUÇÃO DE DANOS A BIODIVERSIDADE

LOCAL: **JACAREÍ, SÃO PAULO**

SETOR: **RECUPERAÇÃO DE MATERIAIS E RECICLAGEM**

PORTE: **10 - 49 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2012**

EMPRESA B CERTIFICADA DESDE: **2014**

PONTUAÇÃO BIA: **132.7**

PRINCIPAL IBM: **CONSERVAÇÃO DE RECURSOS (30.0)**

EMPRESA B2C

<https://reurbi.com.br>

[Perfil do B Lab](#)

A Reurbi, uma empresa de reciclagem urbana de eletrônicos, destaca-se como uma força transformadora no cenário do descarte inadequado de dispositivos tecnológicos. A empresa oferece soluções de logística reversa para equipamentos de TI e Telecomunicações, aplicando o modelo da economia circular, valorizando resíduos e promovendo inclusão sociodigital através de projetos sociais.

Em um mundo onde os eletrônicos obsoletos se acumulam e ameaçam ecossistemas, a Reurbi oferece uma solução engenhosa e eficaz. A empresa faz a coleta e recuperação dos resíduos eletrônicos, garantindo o descarte adequado e seguro conforme as leis e normativas ambientais brasileiras, evitando assim contaminações do solo e dos recursos hídricos devido à incorreta disposição. Além disso, os equipamentos com condições técnicas e operacionais

são recondicionados pela Reurbi e transformados em computadores seminovos da marca REMAKKER. Esses equipamentos seminovos são colocados novamente no mercado com preços mais acessíveis, bem como utilizados nos projetos de inclusão sociodigital da empresa, que capacitam jovens ao uso de tecnologia, visando diminuir as desigualdades sociais.

Ao oferecer soluções eficientes de economia circular para os dispositivos eletrônicos, cada vez mais presentes na vida humana, a Reurbi já coletou, inventariou e certificou mais de 1.9 mil toneladas de equipamentos eletrônicos, reduzindo a contaminação do solo e a extração de recursos naturais. A Reurbi não apenas revaloriza resíduos que voltam a ter valor econômico, mas também torna esses equipamentos acessíveis a populações mais vulnerabilizadas.



movin

LOCAL: **RIO DE JANEIRO, RIO DE JANEIRO**

SETOR: **MODA ATACADO/ VAREJO**

PORTE: **1-9 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2011**

EMPRESA B CERTIFICADA DESDE: **2016**

PONTUAÇÃO BIA: **166.4**

PRINCIPAL IBM: **PROCESSOS DE FABRICAÇÃO ECOLÓGICOS E INOVADORES (26.4)**

EMPRESA B2C

<https://startmovin.com>

Perfil do B Lab

MODELO INOVADOR DE PRODUÇÃO E VENDA PARA ELIMINAÇÃO DE ESTOQUE E RESÍDUOS NO SETOR DA MODA

A Movin, empresa do setor de moda atacado e varejo, nasceu em 2011, unindo a riqueza da natureza à tecnologia para criar vestuário responsável. Todos os produtos seguem o conceito de "materiais inteligentes", com base em materiais orgânicos, reciclados, de baixo impacto, biodegradáveis, certificados e circulares.

Frente ao dilema dos 30% das roupas produzidas que não são comercializadas e acabariam virando resíduos no meio ambiente, a Movin opta pelo design compartilhado, capacitando os consumidores a co-criarem no design e na escolha dos materiais. A empresa trabalha somente com o modelo sob demanda, ou seja, as peças de vestuário são produzidas somente mediante interesse e pedido dos clientes na etapa de pré-venda, o que elimina estoques excessivos e reduz o desperdício comum na indústria da moda. Em contraste com

as liquidações tradicionais de "queima de estoque", que acabam beneficiando somente os clientes que compraram na promoção, a Movin recompensa os primeiros compradores da pré-venda com descontos, fortalecendo sua base de clientes e a valorização da marca.

A empresa também introduziu a prototipagem virtual, uma inovação que reduz o uso de matérias-primas e otimiza o processo na etapa de modelagem, reduzindo impactos ambientais e custos relacionados ao desperdício de matéria prima. A Movin ilustra uma abordagem de negócios na qual a sustentabilidade e a inovação são partes centrais de sua estratégia. Ao digitalizar processos e minimizar desperdícios criam produtos alinhados aos valores dos clientes e da marca.





LOCAL: **IBITIPOCA, MINAS GERAIS**

SETOR: **HOTELARIA**

PORTE: **50 - 249 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **1982**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2020**

PONTUAÇÃO BIA: **80**

PRINCIPAL IBM:
CONSERVAÇÃO DO SOLO/VIDA SILVESTRE (11.4)

EMPRESA B2C

<https://ibiti.com>

[Perfil do B Lab](#)

VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO NATURAL E ECONOMIA DA EXPERIÊNCIA EM FAVOR DA CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE

Desde sua fundação, a Ibitipoca Reserva Ambiental é referência de inovação e sustentabilidade. Oferecendo experiências únicas de hospedagem, desde vilas comunais a alojamentos isolados e sofisticados, a Ibitipoca atrai visitantes com sua oferta diversificada, incluindo atividades de bem-estar, cultura e ecoturismo. Em paralelo, a empresa se destaca por seus projetos ambientais inovadores, desde a reintrodução de espécies nativas até a neutralização da pegada de carbono.

Como equilibrar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental em uma região rica em biodiversidade? O IBITI Projeto socioambiental experimental, uma reserva de 6 mil hectares de Mata Atlântica em Minas Gerais, encontrou uma resposta a esse desafio: a valorização sustentável do patrimônio natural local através da economia da experiência. Ao oferecer uma variedade de experiências no local,

a empresa conecta os visitantes à natureza, gerando receita e fomentando a conservação da biodiversidade local. O ecoturismo, aliado à reintrodução de espécies nativas e projetos de refaunação, criou um ciclo econômico e ambiental virtuoso na região.

Graças a abordagem da Ibitipoca, a biodiversidade pode se regenerar. Os programas ambientais de refaunação trouxeram de volta espécies extintas regionalmente, criou um ecossistema saudável para a fauna existente, como a onça-parda, e representam um sólido compromisso com a proteção e reabilitação de espécies ameaçadas. A Ibitipoca Reserva Ambiental é um exemplo de turismo, que evidencia como é possível prosperar os negócios, ao mesmo tempo que diminui os impactos dessas práticas em ambientes naturais e fortalece a biodiversidade local.



LOCAL: **BARUERI, SÃO PAULO**

SETOR: **APOIO A OUTROS
NEGÓCIOS - SERVIÇO COM
PEGADA AMBIENTAL
SIGNIFICATIVA**

PORTE: **1-9 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2014**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2017**

PONTUAÇÃO BIA: **108.6**

PRINCIPAL IBM:
**CONSERVAÇÃO DE RECURSOS
(25.9)**

EMPRESA B2B

<https://retalhar.com.br>

[Perfil do B Lab](#)

TRANSFORMANDO RESÍDUOS EM NOVOS PRODUTOS

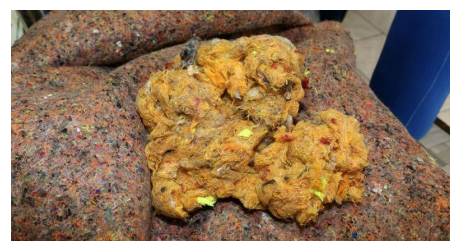
Há nove anos, nasceu a Retalhar, uma empresa que enfrenta o desafio do descarte de resíduos têxteis, transformando-o em uma oportunidade para a sociedade. A Retalhar atende grandes empresas que descartam regularmente uniformes profissionais, fazendo toda a gestão dos resíduos têxteis por meio de uma abordagem circular e sustentável.

O descarte de resíduos têxteis é um grande desafio em termos de poluição e desperdício de recursos. Os uniformes empresariais usados, muitas vezes, não podem ser doados e acabam sendo descartados inadequadamente em aterros sanitários.

Diante disso, a Retalhar desenvolveu um modelo de negócio focado na revalorização e na destinação adequada de uniformes em seu fim-de-vida. Empregando mão de obra inclusiva e especializada, a empresa garante a

segurança na descaracterização e encaminha os tecidos para reciclagem, reintegrando-os no setor produtivo para várias finalidades, como construção civil e indústria automobilística. Além disso, em colaboração com os clientes, a Retalhar cria soluções inovadoras para os uniformes, desenvolvendo projetos personalizados de economia circular que fecham o ciclo da sustentabilidade. Ademais, parte dos resíduos reaproveitados é transformada em cobertores para pessoas em situação de rua.

A Retalhar é um negócio que está voltado à resolução de um problema socioambiental, corroborando para conservação da biodiversidade e à redução da extração de recursos naturais. Assim, a empresa mostra como é possível integrar impacto ao negócio quando a atividade principal da empresa tem como finalidade a contribuição ao bem-estar do planeta e das pessoas.





LOCAL: **SÃO PAULO, SÃO PAULO**

SETOR: **PRODUTOS DE CUIDADOS PESSOAIS**

PORTE: **1000+ FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **1969**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2020**

PONTUAÇÃO BIA: **110.4**

PRINCIPAL IBM:
**PROCESSOS DE FABRICAÇÃO
ECOLÓGICOS E INOVADORES
(25.2)**

EMPRESA B2B / B2C

<https://www.natura.com.br>

Perfil do B Lab

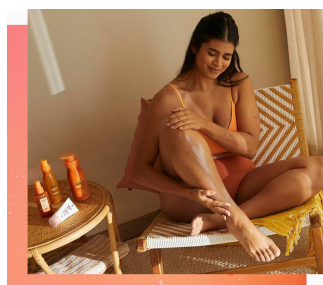
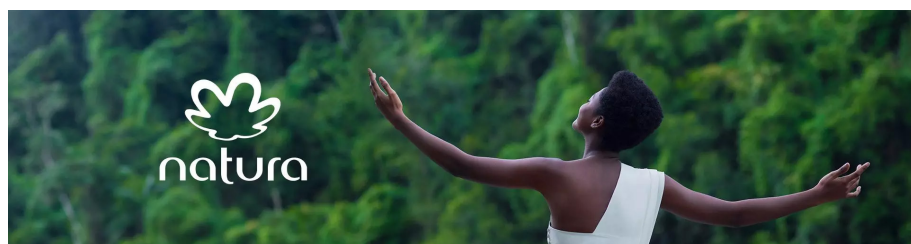
TRANSFORMANDO ATIVOS DA BIODIVERSIDADE BRASILEIRA EM NEGÓCIO

A Natura Cosméticos S.A. faz parte do conglomerado global Natura&Co, que abrange marcas renomadas como Avon, The Body Shop e Aesop, e tem como objetivo compartilhado a criação de um mundo mais sustentável e biodiverso. Com uma base de mais de 100 milhões de consumidores em diversos canais de venda, incluindo uma rede de 1,7 milhão de consultoras na América Latina, a empresa é a maior multinacional brasileira de cosméticos. O sucesso da Natura&Co em sua jornada de Modelos de Negócio de Impacto é notável, destacando-se pela Certificação como Empresa B de três das suas quatro marcas. Em 2014, a Natura Cosméticos S.A., conquistou o título de maior corporação de capital aberto no mundo a receber a Certificação como Empresa B.

Desde o início de sua atuação, a Natura integrou sua atividade empresarial à valorização dos ativos da biodiversidade, indo além do produto ao contar as histórias das pessoas e das florestas por trás de sua criação. A empresa lidera um movimento na sociedade brasileira para valorizar a sociobiodiversidade nativa,

transformando a percepção e a valorização dos recursos naturais pelos brasileiros. Além de garantir suas vendas, a Natura fortalece as comunidades locais e tradicionais na Amazônia, que realizam o manejo e a extração sustentável dos insumos essenciais para sua produção. Esse fortalecimento socioeconômico, principalmente por meio de acesso ao mercado com preços justos, proporciona renda e sustento para inúmeras famílias, além de contribuir para a manutenção das florestas em pé.

A Natura conseguiu estabelecer um modelo de produção inovador, com a valorização de ativos naturais aliado à uma cadeia de valor ética e responsável, o que garante à empresa produtos de amplo sucesso comercial. Com inovações responsáveis e práticas sustentáveis, a empresa desempenha um papel crucial na preservação dos recursos naturais e na conservação da sociobiodiversidade na Amazônia. Seu compromisso com a sustentabilidade molda o futuro dos cosméticos, protegendo o futuro de nosso planeta.



6. EMPRESAS CONTRIBUINDO PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO & A INCLUSÃO SOCIAL

A

s crises de mudanças climáticas e perda de biodiversidade enfrentadas atualmente são crises globais, no entanto elas atingem de forma diferente e desigual tanto as pessoas quanto os países, conforme seus recursos e grau de vulnerabilidade. As inúmeras consequências, como aumento de incidência de doenças, enchentes, perda de produção agrícola e meio de subsistência, entre outros, são ainda mais duras para populações vulnerabilizadas e marginalizadas de seus direitos sociais, econômicos, culturais, políticos e institucionais.

O cenário do Brasil é particularmente complexo visto que o país conta com um dos maiores índices de desigualdade social e concentração de renda. Além disso, estas desigualdades se somam aos diferentes eixos de opressão como o racismo e o sexismo.

Por isso, nos concentramos agora na temática de desenvolvimento econômico e inclusão social de populações vulnerabilizadas, buscando entender como as empresas no Brasil estão contribuindo para mudar este cenário. Para isso, analisamos as Empresas B Certificadas que atendem a 7 principais IBMs:

- ▶ Diminuição da pobreza por meio da cadeia de suprimentos;
- ▶ Empoderamento econômico;
- ▶ Educação;
- ▶ Serviços básicos aos necessitados;

- ▶ Servir aos necessitados;
- ▶ Apoio às empresas orientadas por propósito;
- ▶ Projetado para Doar.

Esses IBMs delineiam diferentes estratégias de negócios que integram no centro de suas atividades a luta pelo desenvolvimento econômico e a inclusão social de populações vulnerabilizadas. Isto pode se dar através do combate a pobreza na cadeia de fornecedores; da capacitação econômica visando proporcionar oportunidades significativas e justas; ou da ampliação do acesso à educação de qualidade, criando um caminho para o desenvolvimento individual e coletivo.

Outras formas de atuação incluem atividades focadas no fornecimento de serviços básicos essenciais para comunidades desfavorecidas, como saúde e moradia adequada; na criação de produtos e serviços adaptados para atender às necessidades específicas de populações carentes; no apoio ativo às empresas que têm um propósito social, promovendo assim um ecossistema de negócios mais responsável; ou na incorporação de doações sistemáticas para causas de interesse social.





LOCAL: **SÃO PAULO, SÃO PAULO**

SETOR: **AGRICULTURA
PÓS-COLHEITA**

PORTE: **250 - 999 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2017**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2020**

PONTUAÇÃO BIA: **83.1**

PRINCIPAL IBM:
**DIMINUIÇÃO DA POBREZA POR
MEIO DA CADEIA DE
SUPRIMENTOS (12.0)**

EMPRESA B2C

<https://dengo.com/pt>

[Perfil do B Lab](#)

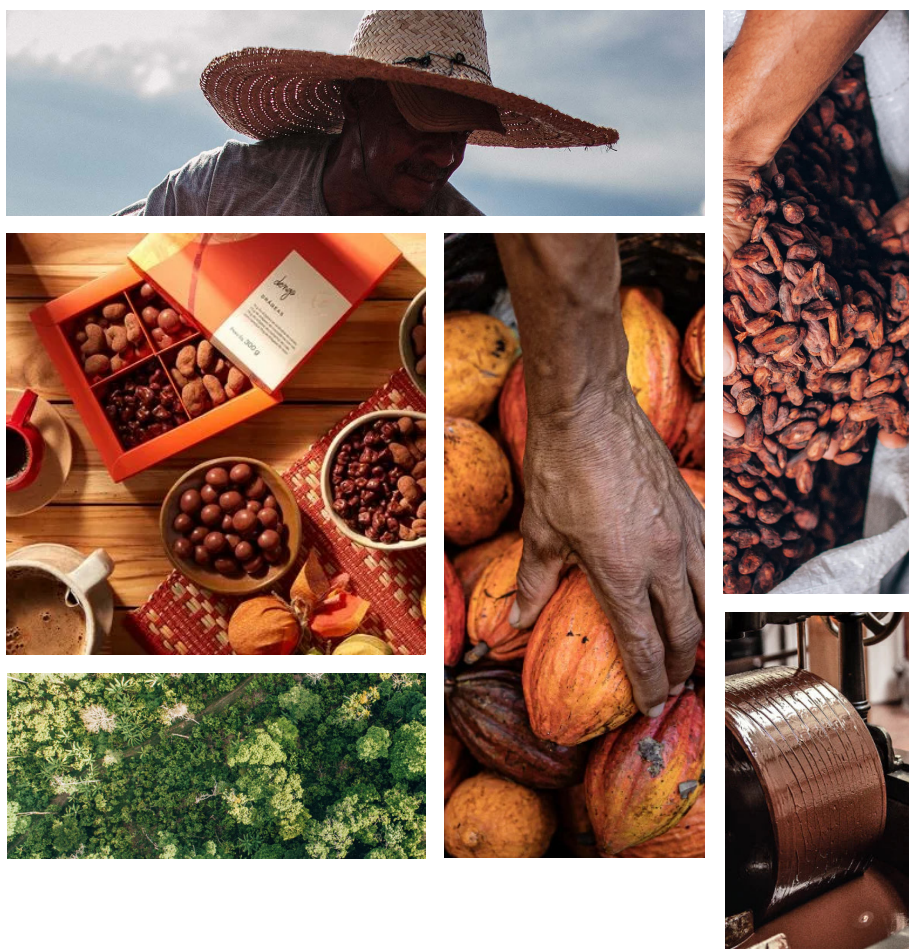
SUPOORTE A PRODUTORES RURAIS E FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA SUSTENTÁVEL POR MEIO DE UM MODELO PREMIUM

A Dengo é uma marca brasileira de cacau e chocolate que criou um modelo de impacto social. Sua abordagem de negócios reúne pessoas em torno de uma produção e comercialização justa e ética, criando uma rede de pequenos e médios produtores de cacau e grãos de café de alta qualidade que fortalecem a agricultura familiar e sustentável, através do valor compartilhado e da preservação da natureza.

A indústria do cacau no Brasil é frequentemente marcada por desafios econômicos, sociais e ambientais, incluindo violações dos direitos humanos e trabalho forçado. Enfrentando esses problemas de frente, a empresa oferta produtos de alta qualidade a preços mais elevados, revertendo valor para sua cadeia de fornecimento. A Dengo promove pagamentos justos aos seus

fornecedores, oferecendo um prêmio de 160% sobre o valor de mercado do cacau, o que contribui para diminuição da pobreza e aumento da qualidade de vida dos produtores rurais de cacau na Bahia. Além disso, a Dengo investe em consultoria técnica para promover práticas agrícolas sustentáveis, criando uma comunidade de agricultores comprometidos com a agricultura sustentável.

A Dengo encontrou sua receita de sucesso e impacto na combinação de seu modelo premium com seu programa de suporte técnico e financeiro aos fornecedores. Graças aos esforços para elevar a renda dos produtores e promover práticas agrícolas sustentáveis na produção do cacau, a Dengo promove ativamente a inclusão social dos produtores rurais.



TUCUM

LOCAL: **TERESÓPOLIS,
RIO DE JANEIRO**

SETOR: **JOIAS E ARTIGOS
RELACIONADOS**

PORTE: **1 - 9 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2013**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2020**

PONTUAÇÃO BIA: **98.6**

PRINCIPAL IBM:
**DIMINUIÇÃO DA POBREZA POR
MEIO DA CADEIA DE
SUPRIMENTOS (35.3)**

EMPRESA B2C

<https://www.tucumbrasil.com>

Perfil do B Lab

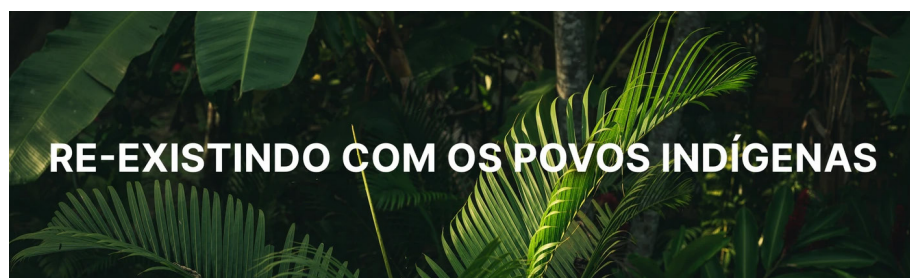
FORTALECENDO POVOS TRADICIONAIS ATRAVÉS DA VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL

A Tucum é uma empresa dedicada à promoção e valorização das artes dos Povos Indígenas e comunidades tradicionais no Brasil. Através da venda de artesanatos, joias e artigos relacionados em canais de marketplace e lojas parceiras no Brasil e exterior, a Tucum apoia a autonomia, dignidade e sustentabilidade econômica desses povos.

Em um contexto em que a cultura indígena muitas vezes é subestimada e marginalizada, perpetuando desigualdades sociais, a Tucum se propõe a preservar as tradições artísticas indígenas a partir de um modelo de negócio que conecta a oferta de produtos à valorização do patrimônio cultural. A empresa atua como parceira comercial na venda dos produtos das comunidades, bem como prestando assessoria às organizações indígenas na estruturação da cadeia produtiva do artesanato e no desen-

volvimento de seus negócios. Essa relação fomenta a autonomia e a geração de renda para os povos indígenas e comunidades tradicionais, estimulando o desenvolvimento econômico e social em seus próprios termos.

Nos canais de venda da Tucum, cada produto reflete sua cultura e história de origem, é possível conhecer o impacto por trás de cada peça fabricada, demonstrando seu compromisso com uma cadeia de fornecimento justa e transparente. Ao equilibrar as relações financeiras e estimular a sustentabilidade econômica das comunidades, a Tucum fortalece a transmissão de conhecimentos que garantem não só a inclusão social e sobrevivência destes povos, como também a nossa própria existência enquanto sociedade, capaz de reconhecer e valorizar suas raízes e sua história.





LOCAL: **SÃO PAULO, SÃO PAULO**

SETOR: **PRODUTOS DE CUIDADOS PESSOAIS**

PORTE: **10 - 49 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2017**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2019**

PONTUAÇÃO BIA: **122.8**

PRINCIPAL IBM:
**EMPODERAMENTO
ECONÔMICO (CAPACITAÇÃO
ECONÔMICA PARA OS MENOS
FAVORECIDOS) (19.5)**

EMPRESA B2C

<https://www.pantys.com.br>

Perfil do B Lab

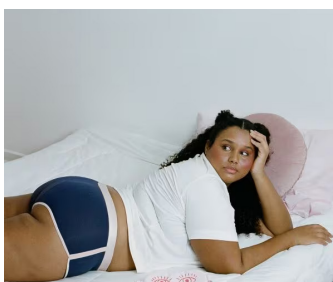
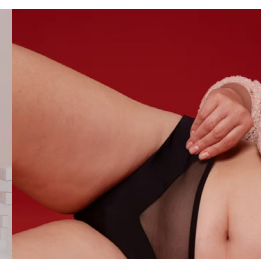
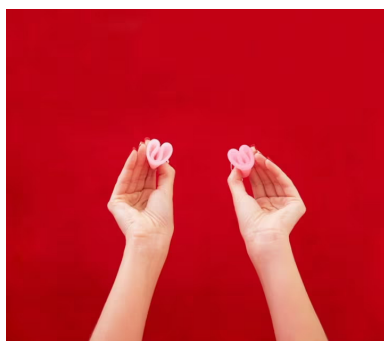
MISSÃO DE EMPODERAR MULHERES E COMBATER A POBREZA MENSTRUAL

A Pantys, marca de produtos para higiene íntima feminina foi uma das primeiras a introduzir e comercializar calcinhas absorventes laváveis e reutilizáveis no Brasil. Aliada à inovação e tecnologia em seus produtos, a empresa não apenas promove a saúde íntima das mulheres, como também investe no empoderamento feminino ao longo de sua rede de atuação.

A pobreza menstrual é reconhecida pela ONU como um problema de saúde pública global, que afeta cerca de 550 milhões de mulheres e meninas em todo o mundo. Frente a esse desafio, a Pantys abraçou a missão de desmistificar a menstruação, combater a pobreza menstrual e capacitar mulheres. Seu programa de doações leva calcinhas absorventes a mulheres em vulnerabilidade social, proporcionando-lhes dignidade menstrual. Em 2022 foram doados milhares de reais em itens de higiene menstrual.

Além das doações, a Pantys assume um papel ativo na conscientização, promovendo acesso a informações sobre saúde da mulher e menstruação. Em colaboração com ONGs e iniciativas sociais, a empresa apoia programas de capacitação exclusivamente para mulheres, incluindo cursos de modelagem e educação financeira, visando o empoderamento financeiro e emocional das mulheres envolvidas.

Ao empoderar mulheres por meio de doações, capacitação, conscientização e educação, a Pantys atrelou sua marca a uma missão: atuar como um movimento para a inclusão social de mulheres, combatendo a pobreza menstrual. A Pantys desafia estereótipos e tabus sociais, celebrando a diversidade dos corpos e formas femininas, reafirmando o poder e a resiliência de ser mulher.





LOCAL: **RIO DE JANEIRO,
RIO DE JANEIRO**

SETOR: **MODA VAREJO**

PORTE: **1 - 9 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2015**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2021**

PONTUAÇÃO BIA: **82.8**

PRINCIPAL IBM:
PROJETADO PARA DOAR (18.9)

EMPRESA B2C

<https://www.imptcompany.com/pt>

Perfil do B Lab

MODELO DE DOAÇÃO PARA VALORIZAÇÃO DA ARTE URBANA E PERIFÉRICA

A IMPT! Company, uma marca de streetwear, é a primeira Empresa B Certificada com fundadores negros e 100% detida por pretos no Brasil. Enraizada em sua comunidade, Olaria no Rio de Janeiro, a marca celebra a resistência e criatividade das periferias a partir da valorização da arte urbana e periférica, combinando práticas de negócios com impacto social.

Diante das inúmeras desigualdades sociais presentes nas periferias cariocas, a IMPT! nasceu como um negócio social, promovendo objetivos sociais através de suas atividades econômicas. A empresa é projetada para doar 10% de sua receita anual para artistas independentes e projetos criativos, sendo 2% destes destinados a ONGs. Ademais, a IMPT! investe 2,5% do tempo de sua equipe em projetos colaborativos locais. Suas doações são tanto financeiras quanto em roupas, campanhas de marketing e colaborações.

Seu modelo de doação estratégica permitiu à IMPT! criar um impacto social significativo. Projetos como o #PratoDasComunidades fornecem alimentos para quem precisa, enquanto os artistas independentes locais são capacitados e promovidos, criando um ciclo sustentável de desenvolvimento e inclusão social. Além disso, a empresa estabeleceu sua rede de fornecimento localmente, sendo mais de 60% da sua cadeia composta por fornecedores locais.

Somado ao seu propósito de fortalecimento das comunidades locais, a IMPT! também vem adotando um projeto circular para apoio, valorização e capacitação de artistas negros locais por meio da reutilização de resíduos na criação de obras de arte. Esse enfoque não apenas minimiza o desperdício, mas também cria oportunidades tangíveis para inclusão e desenvolvimento de artistas locais.





LOCAL: **SÃO PAULO, SÃO PAULO**

SETOR: **APLICATIVO PARA
CELULARES**

PORTE: **10 - 49 FUNCIONÁRIOS**

FUNDADA EM **2015**

EMPRESA B CERTIFICADA
DESDE: **2022**

PONTUAÇÃO BIA: **113**

PRINCIPAL IBM:
SERVIR AOS NECESSITADOS (33)

EMPRESA B2C

<https://movva.tech>

[Perfil do B Lab](#)

PLATAFORMA DE EDUCAÇÃO PARA AUMENTAR A RETENÇÃO ESTUDANTIL

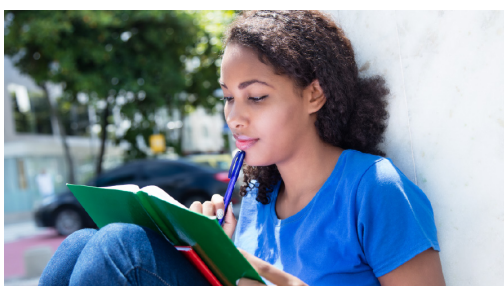
A Movva, empresa de tecnologia está transformando a forma como as instituições de ensino abordam o problema da evasão estudantil. Utilizando uma abordagem única que combina Ciências Comportamentais, Tecnologia e Empatia, a Movva desenvolveu uma plataforma digital de educação inclusiva. Seu foco está na criação de estratégias personalizadas para cada aluno, combatendo as razões subjacentes que levam à desistência e, ao mesmo tempo, aumentando o acesso à educação online.

A evasão estudantil é um desafio global que afeta milhões de jovens, especialmente aqueles menos favorecidos. A Movva identificou esse desafio e desenvolveu uma solução inovadora para enfrentá-lo. Através de análise comportamental, a empresa identifica pontos de atrito específicos na jornada do aluno e implementa estratégias de comunicação por meio de

diversos canais, desde SMS até plataformas de mensagens online.

Adotando um modelo de plataforma educacional, a empresa entende as necessidades e desafios dos estudantes e cria conteúdos personalizados de sensibilização, treinamento e capacitação que reduzem o risco de evasão e aumentam a retenção no ensino superior. Além disso, a empresa fornece análises detalhadas para as instituições de ensino, permitindo-lhes adaptar suas abordagens conforme necessário.

A Movva já impactou mais de 4,5 milhões de alunos, indicando um aumento tangível no acesso à educação para muitos que, de outra forma, poderiam ter abandonado os estudos. Através de ciência e tecnologia, fornecendo educação, apoio emocional e prático aos alunos, a Movva promove a inclusão social de jovens e adultos.



7. DECODIFICANDO AS CHAVES PARA A TRANSFORMAÇÃO



análise dos 14 Modelos de Negócio de Impacto (IBM) selecionados nesse estudo, e de como as empresas os incorporam para enfrentar as mudanças climáticas, preservar a biodiversidade e promover desenvolvimento econômico e inclusão social, nos permitiu reconhecer a diversidade e adaptabilidade desses modelos adotados pelas Empresas B nos diferentes contextos do Brasil. Ao contrário de serem regras rígidas, os Modelos de Negócio de Impacto (IBM) são ferramentas versáteis que podem ser aplicadas a empresas de setores, portes e com focos de atuação muito diferentes. Isso indica que as Empresas B não são limitadas por esses modelos, mas sim potencializadas por eles, uma vez que encontram uma chave de transformação que traz o impacto para o centro de seu negócio ao mesmo tempo que possibilita a personalização de acordo com suas necessidades e contextos específicos.

Ao analisar a ocorrência dos 14 IBM pré-selecionados para este estudo no mercado brasileiro, identificamos que os IBM com maior destaque são: Melhoria de Impacto, com 35 empresas obtendo mais de 10 pontos, seguido pelo modelo de Conservação de Recursos, com 33 empresas com pontuação superior a 10 pontos.

Se analisamos considerando as 3 grandes temáticas deste estudo (Mudanças Climáticas, Biodiversidade e Desenvolvimento e Inclusão), encontramos os seguintes aspectos:

- Dentre os IBMs com maior potencial de contribuir a mitigação e adaptação às mudanças climáticas, temos maior ocorrência do modelo Melhoria de Impacto, seguido por Conservação de Recursos, neste estudo representado pela empresa NewInc Construtora;
- Já em relação a contribuição a

biodiversidade, o IBM mais presente dentre as empresas brasileiras é o Conservação de Recursos, seguido por Remediação/Redução de Toxinas, exemplificado nos casos das empresas Movin e Fazenda da Toca Orgânicos;

► Por fim, os IBM correlacionados com a temática de desenvolvimento e inclusão social mais presentes no país são: Projetado para Doar (doações) e Servir aos Necessitados, representados pelas empresas IMPT! Company e Movva, respectivamente.

Ao correlacionar os IBMs com as três temáticas analisadas fica claro que esses modelos de negócio de impacto representam um potencial de crescimento estratégico para as empresas brasileiras, que estão cada vez mais sendo chamadas a enfrentar desafios socioambientais. Para as três temáticas, os IBM evidenciaram uma riqueza e diversidade de estratégias de negócios no Brasil. No combate às mudanças climáticas, há desde empresas voltadas para a geração de energia limpa até aquelas focadas na disseminação de informações e educação ambiental. No contexto da preservação da biodiversidade, as empresas têm direcionado esforços para construir processos de fabricação ecológicos e inovadores, valorizando de forma sustentável a biodiversidade brasileira. Em relação ao desenvolvimento econômico e à inclusão social, muitas empresas estão trabalhando em suas cadeias de fornecimento, capacitando fornecedores e valorizando suas redes, outras estão focando em doações ou no oferecimento de serviços às populações vulnerabilizadas, revelando diferentes chaves de transformação do negócio que visam reduzir a desigualdade social no Brasil.

Essa perspectiva nos permite afirmar que os IBM são transversais aos negócios das



empresas, integrando seus impactos positivos às operações, clientes, comunidades, funcionários e meio ambiente. Desta forma, ao integrar uma ou mais questões socioambientais no centro de seu negócio, estas empresas refletem a compreensão da Certificação como Empresa B ao conseguirem viabilizar impactos positivos associados a sua viabilidade econômica de forma integrada.

Além disso, o estudo revela que as empresas que possuem modelos de negócio de impacto estão ao mesmo tempo gerando valor econômico e impacto positivo de forma indissociável. Ou seja, as empresas conseguiram implementar com sucesso um IBM endereçando desafios sociais e/ou ambientais ao passo que criam valor, utilizando de diferentes formas: seja através do controle ou redução de custos, diferenciação da oferta, criação de um novo segmento de mercado, monetização de externalidades, entre outras.

A análise das Empresas B brasileiras mostra como essas empresas estabeleceram modelos de negócios virtuosos, aproveitando alavancas econômicas-chave, que permitiram a criação de estratégias diferenciadas a partir de oportunidades ao alcance do negócio.

NA CADEIA DE FORNECIMENTO:

AS EMPRESAS...

- ... integram verticalmente a cadeia de suprimentos agrícola ou industrial
- ... apoiam os fornecedores em sua transformação a partir de programas que oferecem suporte técnico e financeiro a fornecedores para adoção de práticas mais sustentáveis
- ... desenvolvem suas próprias plataformas de reciclagem inteligente para aproveitar melhor os recursos

NAS OPERAÇÕES:

AS EMPRESAS...

- ... incorporam materiais ou técnicas de outras indústrias para operar de forma mais eficiente
- ... alugam ou reparam produtos que já vendem
- ... estabelecem uma fábrica ou co-manufaturam em uma instalação vizinha
- ... aceleram a transformação de sua oferta por meio da co-inovação
- ... instalam serviços ao cliente com zero investimento inicial e pagamento por uso
- ... oferecem a circularidade como um serviço para endereçar desafios com resíduos
- ... exploram subprodutos ou resíduos para criar valor agregado (valorização/recondicionamento dos resíduos que se tornam um novo produto; mas que sem o recondicionamento seriam perdidos)
- ... operam com soluções de baixo impacto que geram economias
- ... alinham seu modelo produtivo a regeneração para maior produtividade e qualidade da produção
- ... estabelecem um modelo de fabricação sob demanda e distribuição em sistema de pré-venda

NO TERRITÓRIO:

AS EMPRESAS...

- ... aproveitam melhor as instalações existentes (produção ou vendas) para criar um laboratório ou hub local
- ... conectam-se a locais ou atividades de produção já existentes
- ... desenvolvem mais sinergias entre empresas e criam ofertas abrangentes (contratos de serviço integrados, com desempenho contratualizado)
- ... estabelecem ou dependem de redes existentes de microprodutores
- ... ativam redes de microempreendedores para alcançar consumidores previamente inacessíveis
- ... preservam o patrimônio local (artes, artesanato, recursos) através de sua valorização
- ... revivem as boas ideias que podem ter sido abandonadas ao longo do caminho
- ... empregam recursos humanos locais com acesso limitado ao mercado de trabalho
- ... defendem uma causa de forma expressiva e ativa em suas atividades, posicionamento e para fora da empresa (animando um movimento ativista para além de seus produtos)
- ... criam sinergias com territórios e comunidades locais para desenvolver projetos econômicos e sustentáveis
- ... destinam recursos internos e de doadores para apoiar causas ou projetos sociais específicos
- ... estabelecem modelo de plataforma para fornecimento de conteúdo educacional e treinamento online

COM OUTROS STAKEHOLDERS:

AS EMPRESAS...

- ... convertem sua experiência de marca filantrópica em um serviço impactante para outras empresas
- ... estabelecem soluções de financiamento para promover produtos impactantes que fabricam, comercializam ou operam, levando em consideração externalidades positivas
- ... desenvolvem mais sinergias entre empresas e estabelecem ofertas abrangentes (contratos de serviço integrados, com desempenho contratualizado)
- ... estabelecem um modelo de plataforma que possibilita a redução de impacto negativo de outras empresas
- ... comercializam produtos recondicionados a um preço mais baixo para atender demandas de públicos de baixa renda
- ... criam experiências memoráveis, de cunho educativo e socioambiental, para aumentar o valor percebido e a fidelidade dos clientes



Em outras palavras, essas empresas estão explorando possibilidades que estão ao alcance e ao entorno de seus negócios como novas oportunidades de negócios, por exemplo como a integração de modelos produtivos à regeneração, a venda de produtos recondicionados, a valorização de resíduos para criar novos produtos, a oferta de circularidade como serviço, a valorização do patrimônio local, entre outros.

O estudo revela que as empresas percebem os IBMs não como apenas uma etapa a ser cumprida para obter a Certificação como Empresa B ou um simples elemento para comercialização, mas sim como alavancas estratégicas poderosas para a criação de valor sustentável. Em vez de apenas adotar os IBM como um requisito, essas empresas estão incorporando esses modelos desde o início de seus empreendimentos como parte do planejamento e gestão empresarial.

Essa abordagem proativa permite que as empresas explorem o potencial estratégico dos IBM em momentos cruciais de transformação, como expansão de negócios, desenvolvimento de novos produtos ou mudanças de mercado. Ao decodificar os IBM, as empresas conseguem identificar oportunidades de inovação, diferenciação competitiva e criação de valor a longo prazo. Isso implica em uma visão estratégica que vai além da

certificação, onde os IBM se tornam diretrizes para toda a jornada da empresa, remodelando sua identidade, operações e impacto social e ambiental.

O estudo destaca a capacidade de inovação e adaptação das Empresas B no Brasil ao utilizar os IBMs como ferramentas dinâmicas, moldando um modelo de negócio que promove uma transformação positiva na sociedade e no meio ambiente. A flexibilidade dos IBM e a compreensão de seu potencial estratégico estão impulsionando o Movimento B no Brasil, criando empresas mais conscientes, responsáveis e preparadas para enfrentar os desafios do século XXI.

“O estudo revela que as empresas percebem os IBMs não como apenas uma etapa a ser cumprida para obter a Certificação como Empresa B ou um simples elemento para comercialização, mas sim como alavancas estratégicas poderosas para a criação de valor sustentável.”

CONCLUSÃO



Neste estudo, exploramos um vasto campo de casos concretos e identificamos diversas possibilidades para transformação dos modelos de negócio, o que revela que esta transformação está ao alcance de qualquer empresa, independentemente do tamanho, indústria ou histórico em responsabilidade social corporativa. No contexto empresarial brasileiro, existem inúmeras oportunidades a serem exploradas para estabelecer um modelo de negócio que não apenas gere receita e lucro, mas também crie um impacto social e ambiental positivo, contribuindo para mitigação das mudanças climáticas, preservação da biodiversidade e promoção do desenvolvimento econômico e inclusão social.

Uma lição que emerge dessas análises é que repensar seu modelo de negócio não implica necessariamente em uma reformulação radical. O estabelecimento e valorização de um modelo de negócio de impacto podem ser alcançados por meio da habilidade de mapear e aproveitar as oportunidades ao alcance de cada empresa. Ou seja, em vez de buscar mudanças drásticas, as empresas podem desenhar seus negócios explorando os limites das possibilidades que se revelam em seu entorno. A chave dessas empresas tem sido explorar o que está ao seu alcance, encontrando soluções inovadoras e impactantes.

O Movimento B e a Avaliação de Impacto B (BIA) oferecem uma estrutura importante para orientar as

empresas nesse processo. A Certificação como Empresa B estabelece padrões elevados, desafiando as empresas a adotarem uma abordagem intencional, original e bem gerenciada em relação ao seu impacto. Os Modelos de Negócio de Impacto (IBM) levam as empresas a identificarem pontos críticos e explorar as fronteiras de seus modelos existentes. Ao fazer isso, a Certificação como Empresa B não apenas simplifica o processo, mas também fornece inspirações valiosas sobre os IBM implementados por outras empresas, revelando boas práticas, desvendando métodos e inspirando a inovação.

No contexto brasileiro, este estudo destaca as realizações das Empresas B Certificadas locais, além da oportunidade única que o país tem de liderar o caminho na integração bem-sucedida de modelos de negócios inovadores para enfrentar os desafios socioambientais da atualidade.

Por fim, este estudo também lança um desafio para o futuro: cada empresa tem a oportunidade e a responsabilidade de integrar o impacto positivo no centro de seu negócio. Ao fazê-lo, não apenas transformamos os negócios, mas também criamos um mundo onde a sustentabilidade e o sucesso empresarial são indissociáveis. Estamos apenas começando a desvendar o vasto potencial dos Modelos de Negócio de Impacto (IBM), e as Empresas B Certificadas estão na vanguarda dessa jornada, reforçando a urgência de moldar um futuro em que os negócios prosperem aliados à proteção das pessoas e do planeta.

O estabelecimento e valorização de um modelo de negócio de impacto podem ser alcançados por meio da habilidade de mapear e aproveitar as oportunidades ao alcance de cada empresa.

RESUMO DAS ALAVANCAS ECONÔMICAS QUE PODEM SER CHAVES PARA A TRANSFORMAÇÃO DOS MODELOS DE NEGÓCIO NO BRASIL

(Essa é uma lista não exaustiva)

ALAVANCAS ECONÔMICAS UTILIZADAS PELAS EMPRESAS	EXEMPLOS DE EMPRESAS B CERTIFICADAS (LISTA NÃO EXAUSTIVA)	PRINCIPAIS IBMS COBERTOS
1 Modelo de Remuneração por Uso (Pay-Per-Use)	Faro Energy	Energia Renovável ou de Combustão Mais limpa
2 Circularidade como Serviço (CaaS)	Combio Energia S.A.; Retalhar	Energia Renovável ou de Combustão Mais limpa Conservação de Recursos
3 Exploração de subprodutos para criar valor agregado	Combio Energia S.A.; Reurbi; Retalhar	Energia Renovável ou de Combustão Mais limpa Conservação de Recursos
4 Soluções de baixo impacto que geram economias para a empresa e clientes	NewInc Construtora	Conservação de Recursos
5 Modelo de Plataforma de Serviço de Impacto para Outras empresas	umgrauemeio; Movva	Informação & Educação Ambiental; Servir aos Necessitados
6 Ativismo como diferencial	Nude; Pantys	Remediação/Redução de Toxinas Empoderamento Econômico para os menos favorecidos
7 Modelo Produtivo aliado a regeneração	Fazenda da Toca Orgânicos	Processos de Fabricação Ecológicos e Inovador
8 Venda de produtos recondicionados	Reurbi	Conservação de Recursos
9 Fabricação sob demanda	Movin	Processos de Fabricação Ecológicos e Inovador
10 Valorização de patrimônios locais (artesanais, artísticos, naturais ou imobiliários)	Ibitipoca Reserva Ambiental; Natura Cosméticos S.A.; Tucum Comércio e Serviços Socioambientais LTDA; IMPT! Company	Conservação do solo/vida silvestre Processos de Fabricação Ecológicos e Inovador Diminuição da pobreza por meio da cadeia de suprimentos; Projetado para doar

ANEXO

ALAVANCAS ECONÔMICAS UTILIZADAS PELAS EMPRESAS	EXEMPLOS DE EMPRESAS B CERTIFICADAS (LISTA NÃO EXAUSTIVA)	PRINCIPAIS IBMS COBERTOS
11 Economia da Experiência	Ibitipoca Reserva Ambiental	Conservação do solo/vida silvestre
12 Negócios para Territórios	Natura Cosméticos S.A.	Processos de Fabricação Ecológicos e Inovador
13 Suporte aos fornecedores em sua transformação	Dengo	Diminuição da pobreza por meio da cadeia de suprimentos;
14 Modelo de Doação	IMPT! Company; Pantys	Projetado para doar Empoderamento Econômico para os menos favorecidos
15 Plataforma de Educação	Movva	Servir aos Necessitados





A UTOPIES é uma consultoria francesa pioneira, fundada em 1993 por Elisabeth Laville, que atua na integração da sustentabilidade nas estratégias das empresas. A UTOPIES se destaca pela sua forte atividade Think Tank, atuação na comunidade de Empresas B Certificadas, e na sua capacidade de atendimento de clientes pioneiros em sustentabilidade de todos os portes e setores.

A UTOPIES e a REVER Consulting, consultoria de sustentabilidade brasileira, são parceiras de longa data, e desde 2017 oficializaram sua parceria ao criar uma Joint-Venture, a UTOPIES BRASIL. Juntas as empresas contam com uma equipe de mais de 100 consultores que atuam fortemente sobre a missão de “abrir novos caminhos para o engajamento corporativo responsável, incentivando as empresas a incorporarem impactos sociais e ambientais no centro de sua missão, negócios e estratégias de inovação”.

WWW.UTOPIES.COM

UTOPIES®



Esta nota foi produzida pela UTOPIES e é propriedade exclusiva da UTOPIES; não pode ser reproduzida total ou parcialmente sem nosso consentimento prévio por escrito.

PRODUÇÃO DO ESTUDO: ARNAUD FLORENTIN, CYRILLE BELLIER, ELISABETH LAVILLE, FELIPE DZIK, JULIANE SOUZA, KAROLINE SILVA, ISABELLA YANEZ, LÉA BRUMTER

TRATAMENTO DOS DADOS: ARNAUD FLORENTIN

DESIGN E LAYOUT: CLAIRE MESGUICH, PAMELA KARAM, PATRICIA KUNIYASI