



para Negócios de Impacto no Brasil

Abril de 2015

F O R Ç A T A R E F A
DE
Finanças Sociais

FORÇA TAREFA
DE
Finanças Sociais

Membros

André Degenszajn
Antonio Ermírio de Moraes Neto
Ary Oswaldo Mattos Filho
Fábio Barbosa
Guilherme Affonso Ferreira
Luiz Lara
Maria Alice Setubal
Pedro Parente
Vera Cordeiro

Diretoria Executiva

ICE Instituto de Cidadania Empresarial
Beto Scretas
Célia Cruz
Diogo Quitério
Fernanda Bombardi
Mariana Guimarães
Vivian Rubia

SITAWI Finanças do Bem

Gustavo Pimentel
Leonardo Letelier
Rob Packer

Parceiros estratégicos

Deloitte.

Telefônica | **vivo**
Fundação Telefônica

Apoio



Telefônica | **vivo**
Fundação Telefônica

instituto
peninsula

LEW'LARA\TBWA



**1 Contexto e
Objetivos da Carta
de Princípios
para Negócios de
Impacto no Brasil . 4**

**2 Princípios que norteiam os
Negócios de Impacto . 6**

2.1 Princípio 1:
Compromisso com
a Missão Social
e Ambiental . 7

2.2 Princípio 2:
Compromisso
com o Impacto
Social e Ambiental
Monitorado . 7

2.3 Princípio 3:
Compromisso com
a Lógica Econômica . 8

2.4 Princípio 4:
Compromisso com a
Governança Efetiva . 9

2.5 A Abrangência dos
Negócios de Impacto,
seus Formatos Legais
e Outras Restrições . 10

2.6 Premissas para
a Condução de
Negócios de forma
Ética e Responsável . 11

**3 A Carta de
Princípios na Prática:
Modos de Uso . 11**

4 Como diferentes públicos
podem, na prática,
fazer uso dos princípios
contidos nesta Carta . 12

5 Referências
bibliográficas . 18

Os imensos desafios sociais e ambientais do Brasil exigem modelos inovadores e escaláveis de negócios, que transcendam o muito que tem sido feito por empresas, governos, comunidades e organizações da sociedade civil. É preciso aprofundar e desenvolver negócios que reduzam a pobreza, diminuam a vulnerabilidade de pessoas e comunidades e propiciem o alcance do equilíbrio sustentável com o meio ambiente, tarefas críticas e urgentes em nossa sociedade.

Os Negócios de Impacto surgem como uma forma de intervenção socioeconômica, que integra os diferentes atores impactados ou impactantes, na busca por inovação, transformação social e desempenho financeiro. A aspiração de todo o ecossistema é ver inovações que criem novos mercados, tenham impacto social e sustentabilidade financeira, simultaneamente. A possibilidade de atuação dos Negócios de Impacto é ampla, abrangendo temas como qualidade da educação, serviços de saúde, mobilidade urbana e redução de emissões de carbono, entre outras necessidades sociais.

Com o objetivo de fomentar esse mercado e de conectar os diversos atores nele envolvidos, foi criada, em maio de 2014, a Força Tarefa de Finanças Sociais (FTFS), composta por representantes de vários segmentos da sociedade brasileira engajados no avanço desse ecossistema.

Nessa ocasião, um grupo de 21¹ lideranças de Finanças Sociais e Negócios de Impacto atuou na elaboração de um documento para nortear a sociedade na identificação e na implementação de Negócios/Organizações de Impacto, assim como no suporte ao seu desenvolvimento.

Em novembro de 2014, foi feita uma consulta individual a 18 especialistas a respeito da futura Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil. O objetivo foi aprimorar o conteúdo do primeiro texto proposto pelos integrantes da Força Tarefa.

Esse esforço foi ampliado em janeiro de 2015, com a realização de uma consulta mais ampla, envolvendo cerca de 800 organizações brasileiras. Como consequência, 56 delas apresentaram sugestões de aperfeiçoamento do texto.

O resultado final é esta Carta de Princípios, que visa conceituar e parametrizar os Negócios de Impacto, possibilitando a construção de um diálogo qualificado sobre as oportunidades e os desafios do setor, a mitigação de eventuais desvantagens competitivas e a potencialização dos atributos únicos deste tipo de empreendimento em relação aos negócios tradicionais já estabelecidos.

O documento traz, portanto, princípios de atuação para os mais diversos tipos de organizações, como associações, OSCIPs com

1 ANDE, Artemisia, Avina, BNDES, Derraik, GIFE, GVCes, Inspirare, Instituto Camargo Correa, Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), Instituto Quintessa, JP Morgan, LGT, Mattos Filho, Península, Plano CDE, SEBRAE, Sistema B, SITAWI Finanças do Bem, Vox Capital e Yunus Social Business.

2 Organizações facilitadoras ou intermediárias no ecossistema de Finanças Sociais são aquelas cuja atuação contribui diretamente para a conexão entre a oferta de capital e a demanda. Essas organizações podem atuar diretamente com os próprios empreendedores sociais (aceleradoras, incubadoras, escritórios de advocacia etc.) ou sistemicamente, promovendo um ambiente mais favorável para a criação e o fortalecimento de Negócios de Impacto, em parceria com governos, academia e instituições de avaliação e certificação. O suporte das facilitadoras contribui para a construção dos diferentes tipos de capitais pelas organizações apoiadas.

* Ao longo deste documento, a expressão “Negócio de Impacto” será usada como simplificação de “Negócio de Impacto Social e/ou Ambiental”.

Negócios de Impacto são empreendimentos que têm a missão explícita de gerar impacto socioambiental ao mesmo tempo em que produzem resultado financeiro positivo de forma sustentável.*

geração de receita, cooperativas e empresas que atuam com ou sem distribuição de dividendos.

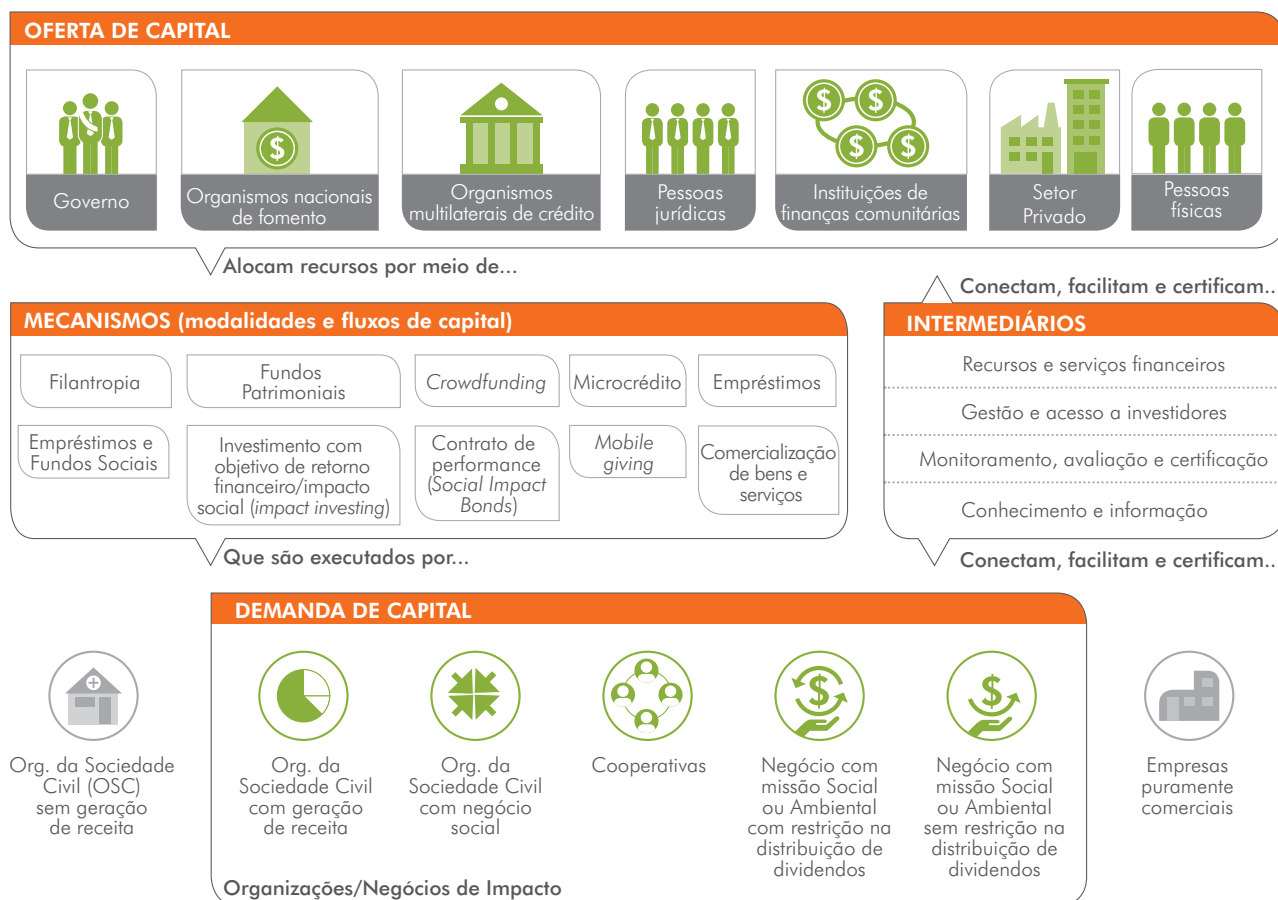
A Força Tarefa acredita na ideia de que o alcance de um consenso (ainda que flexível) sobre o tema Negócios de Impacto pode contribuir para a conquista de uma série de realizações, entre elas:

- Apoio ao desenvolvimento de um ecossistema de organizações que promova o crescimento do campo das Finanças Sociais e dos Negócios de Impacto.

- Incentivo ao nascimento de organizações facilitadoras².
- Atração de recursos financeiros, humanos e tecnológicos que possam ser investidos nesses empreendimentos.

A recomendação inicial da Força Tarefa é que os princípios da Carta sejam adotados de forma voluntária. Porém, sem deixar de lado a ambição de tornar o documento uma referência para futuras regulamentações e para a elaboração de políticas públicas sobre o tema.

FIGURA1: COMPOSIÇÃO BÁSICA DO ECOSSISTEMA DE FINANÇAS SOCIAIS



A expectativa é que as organizações identificadas com as propostas da Carta adotem quatro princípios:

1.

Compromisso com a Missão Social e Ambiental;

2.

Compromisso com o Impacto Social e Ambiental Monitorado,

3.

Compromisso com a Lógica Econômica

4.

Compromisso com a Governança Efetiva.

Conforme a natureza e o estágio de desenvolvimento de cada organização, a adoção dos princípios poderá ocorrer de forma gradual. Entretanto, é fundamental que as organizações que se posicionem como Negócios de Impacto comprometam-se a adotar todos os princípios da Carta num período de tempo determinado, especificando a intensidade e o alcance das ações para a sua correta implementação⁴.

A FTFS continuará seu trabalho de apoio à criação e ao desenvolvimento de estruturas que reconheçam esses princípios e que gerem benefícios aos Negócios de Impacto. Considera, ainda, que a adesão voluntária aos princípios representa uma vantagem para

os Negócios de Impacto e seus apoiadores, dadas as tendências atuais de oferta de capital.

Neste sentido, ganha destaque a demanda crescente por comprovação do impacto gerado, como forma de estabelecer uma comparação entre os retornos social e ambiental dos investimentos.

Também assumem papéis importantes a fidelidade do empreendimento à sua missão social e/ou ambiental (condição que aumenta a confiança dos agentes econômicos na alocação de recursos filantrópicos) e o surgimento de investidores tradicionais interessados em apoiar Negócios de Impacto.

3 Os princípios da Carta foram identificados a partir de pesquisa sobre princípios e critérios para Negócios Sociais adotados por diversas organizações no exterior e no Brasil. Foram realizados também dois *workshops* com 21 organizações e uma consulta a especialistas de áreas que dialogam com o campo social. Utilizou-se também como balizador o trabalho da Força Tarefa de Investimento de Impacto Social do G8 (TFG8) e seu grupo de trabalho *Measuring Impact – Guidelines for Good Impact Practice*. Por fim, foi realizada consulta aberta a cerca de 800 organizações.

4 Um empreendimento será considerado pelos signatários da Carta como Negócio de Impacto se estiver em qualquer um dos níveis dos princípios. Cada agente que busca fomentar um Negócio de Impacto, dependendo do seu perfil ou da origem de seus recursos, poderá utilizar a Carta, escolhendo, para tanto, o nível de cada princípio mais adequado à sua realidade.

Princípio 1: Compromisso com a Missão Social e Ambiental

Em seus documentos legais e de comunicação (interna e externa), todo Negócio de Impacto tem de explicitar o compromisso com sua missão social e ambiental como parte de seu objetivo central. Além disso, deve evidenciar como suas operações e seus produtos e serviços irão, continuamente, gerar impacto social e/ou ambiental positivo. Os Negócios de Impacto podem adotar níveis distintos de formalização de sua missão socioambiental.

Nível 1 – Explicita sua Teoria de Mudança na Missão, na Visão e nos Valores Institucionais⁵.

Nível 2 – Inclui no Contrato Social (item Objeto Social), no Estatuto Social ou em documento equivalente a transformação que pretende gerar.

Nível 3 – Comunica, de forma sistemática, a todos os seus públicos de interesse, sua Missão, Visão e Valores. Isso ocorre por meio dos documentos internos e externos da organização.

Princípio 2: Compromisso com o Impacto Social e Ambiental Monitorado

Os Negócios de Impacto precisam ter sua Teoria de Mudança explícita, monitorada e reportada periodicamente. Para tanto, de forma rotineira, tais empreendimentos:

Nível 1 – Explicitam a transformação socioambiental que pretendem gerar, deixando claras quais métricas de resultado e de impacto social e ambiental irão monitorar⁶.

Nível 2 – Coletam e analisam dados para o acompanhamento dos resultados alcançados.

Nível 3 – Reportam, de forma transparente, os resultados e os dados, fazendo uso de meios e linguagem acessíveis às partes interessadas. Da mesma forma, explicitam se estão ou não alcançando seus objetivos.

Nível 4 – Têm seus resultados auditados por organização externa independente.

⁵ A tese ou a Teoria de Mudança de um Negócio de Impacto deve ser construída antes da mudança efetiva para explicitar claramente quais são as transformações pretendidas e como elas irão ocorrer. Por meio da Teoria de Mudança, um Negócio de Impacto apresenta suas hipóteses de transformação social e ambiental, possibilitando a empreendedores, aceleradoras e investidores ter uma visão concreta e objetiva da lógica e da viabilidade de geração de impacto. <http://conteudo.movesocial.com.br/uploads/a12e2de7f3ba3c9a.pdf>

⁶ Cabe ao Negócio de Impacto e a seus públicos de interesse definir qual metodologia de avaliação vão adotar. Métodos quantitativos, qualitativos, mistos, com estudo sobre grupos de controle e com uso das ferramentas como IRIS, GIIRS ou SASB são possibilidades existentes e devem ser consideradas pelo empreendedor ao longo da vida de seu negócio.

Princípio 3: Compromisso com a Lógica Econômica

Os Negócios de Impacto têm de atuar com base num modelo de operação comercial voltado à sustentabilidade financeira. Isso deve ocorrer, principalmente, por meio de receitas oriundas dos produtos e serviços. Essa característica permite alavancar soluções sociais e ambientais a partir de soluções de mercado, economicamente viáveis e escaláveis no longo prazo.

Independentemente do tamanho, da localização e das características operacionais e comerciais, os Negócios de Impacto podem, inicialmente, utilizar recursos filantrópicos ou subsidiados, essenciais para o alcance de seu equilíbrio financeiro de curto e médio prazos.

Entretanto, devem também demonstrar em seus planos de negócios e nos relatórios de resultados subsequentes a capacidade para desenvolver atividades econômicas sustentáveis por meio, por exemplo, da atração de investidores e de contratos comerciais de maior porte e duração.

Os níveis a seguir descrevem os estágios de aderência à lógica econômica proposta.

Nível 1 – O Negócio de Impacto depende de capital filantrópico para cobrir mais de 50% de seus custos operacionais.

Nível 2 – O Negócio de Impacto depende de capital filantrópico para cobrir de 25% a 50% de seus custos operacionais.

Nível 3 – O Negócio de Impacto depende de capital filantrópico para cobrir até 25% de seus custos operacionais.

Nível 4 – O Negócio de Impacto não depende de capital filantrópico.

Princípio 4: Compromisso com a Governança Efetiva

Os Negócios de Impacto consideram os demais atores do ecossistema como parte fundamental de seu desenvolvimento. Uma estrutura de governança efetiva é a chave para a evolução das estratégias e para a implementação de ações que possibilitem o atingimento dos objetivos institucionais. Para tanto, o modelo de governança:

Nível 1 – Deixa um legado socioambiental superior ao valor econômico extraído, com uma distribuição balanceada do risco entre investidores, empreendedores, fornecedores, clientes, comunidades e a sociedade.

Nível 2 – Tem transparência na tomada de decisões, de maneira a manter informados os stakeholders (públicos de interesse) sobre ações que impactam suas dinâmicas e expectativas e garante a esses públicos o direito de serem ouvidos, por intermédio de participação em conselhos consultivos ou deliberativos.

Nível 3 – Possibilita à comunidade apoiada ou ao público-alvo do Negócio de Impacto compartilhamento oficial da propriedade, da governança e do desenho do negócio.

Distribuição de Dividendos

É importante destacar que Organizações de Impacto, dependendo de seu formato legal e de sua Missão, podem ou não distribuir dividendos. No ecossistema brasileiro, existem diferentes formatos de organizações desse tipo. Destacam-se as seguintes:

1 – Organizações da sociedade civil com atividades de geração de receita e que podem receber doações, mas não podem distribuir lucros.

2 – Negócios Sociais com formato jurídico de empresa e que visam ao lucro, mas que reinvestem esses recursos inteiramente nos negócios.

3 – Negócios de Impacto que distribuem lucros a seus investidores. O retorno sobre o capital investido (filantrópico ou comercial) não é, portanto, um princípio para os Negócios de Impacto. Essa distribuição, deve, contudo, ser pactuada com o investidor.

A ABRANGÊNCIA DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO, SEUS FORMATOS LEGAIS E OUTRAS RESTRIÇÕES

Não existe no Brasil uma estrutura jurídica voltada especificamente para Negócios de Impacto. Qualquer formato legal de organização (com ou sem fins lucrativos) é passível de ser um Negócio de Impacto e, portanto, tornando-a apta para ser incluída na Carta de Princípios.

Cabe a quem adotá-la definir qual formato legal será escolhido por sua organização. Isso determinará os limites e a forma de atuação da respectiva entidade, especialmente no que diz respeito à remuneração de dirigentes, à distribuição de dividendos e à destinação dos ativos⁷.

⁷ Leia mais no documento produzido pela Força Tarefa de Finanças Sociais “Estudo dos Formatos Legais Existentes no Brasil que Podem Servir aos Negócios de Impacto”.

A ABRANGÊNCIA DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO



Org. da Sociedade Civil (OSC)
sem geração de receita

Negócios de Impacto



OSC com geração de receita



OSC com negócio social



Cooperativas



Negócio com missão Social
ou Ambiental com restrição na
distribuição de dividendos



Negócio com missão Social
ou Ambiental sem restrição na
distribuição de dividendos



Empresas puramente comerciais

PREMISSAS PARA A CONDUÇÃO DE NEGÓCIOS DE FORMA ÉTICA E RESPONSÁVEL

Considerando-se ainda que os Negócios de Impacto têm como objetivo promover inovações na maneira de empreender, pensar e conduzir negócios (também de forma mais ética e humana), existem algumas premissas básicas a serem observadas por esses empreendimentos. Alguns exemplos:

- Cumprimento de todas as legislações vigentes (fiscal, trabalhista e ambiental);
- Pagamento de salários adequados;
- Consulta e transparência na tomada de decisões, como forma de manter diálogo com públicos de interesse sobre ações que impactam suas dinâmicas e expectativas;
- Operação em rede e por meio de parcerias;
- Respeito à diversidade e aos direitos humanos e sensibilidade ao patrimônio histórico e cultural de povos e regiões.

A Carta de Princípios na prática: modos de uso

3

Várias organizações já adotam formalmente os princípios da Carta, utilizando-os para definir seu posicionamento e o apoio aos Negócios de Impacto.

Estamos à disposição para ouvir suas sugestões e saber se você concorda com os princípios desta Carta.

Em caso afirmativo, envie um e-mail para contato@ftfinancas-sociais.org.br com a aceitação formal de sua organização, a

confirmação da adoção dos princípios e, se possível, com a indicação de como pretende colocá-los em prática.

Ajude-nos, também, a disseminar a Carta. À medida que mais organizações participarem da iniciativa, a FTFS terá elementos adicionais para propor novas práticas e políticas visando alcançar o objetivo de acelerar o desenvolvimento dos Negócios de Impacto.

4

Princípios orientados nesta Carta	
PÚBLICO	PÚBLICOS QUE DIALOGAM COM A CARTA
Grande Empresa	Área de Sustentabilidade
	Área de Compras
	Áreas Comerciais
	Área de Pesquisa e Desenvolvimento
	Organizações Representativas do Setor
	Área de Vendas ou Comercial
Gestor de Recursos Financeiros	Área de Vendas ou Comercial
	Área de Investimentos

COMO INCORPORAR OS PRINCÍPIOS DA CARTA

- Apoio às diferentes áreas da empresa para adotar práticas que privilegiem a compra de produtos de Negócios de Impacto ou com eles desenvolver parcerias que respeitem os quatro princípios da Carta.
- Estabelecimento de metas para comprar de Negócios de Impacto, utilizando fornecedores que respeitem os quatro princípios da Carta.
- Estabelecimento de condições comerciais diferenciadas (prazo e preço, por exemplo) para Negócios de Impacto ao adquirir deles ou vender para eles produtos e serviços. Os critérios para classificar Negócios de Impacto devem respeitar os quatro princípios da Carta.
- Estabelecimento de parcerias com Negócios de Impacto visando desenvolver inovação para os produtos e serviços da empresa. Os critérios para classificar Negócios de Impacto devem respeitar os quatro princípios da Carta.
- Educação de outras empresas do setor sobre Finanças Sociais e Negócios de Impacto. As associações setoriais devem adotar a Carta, de forma a definir o que são Negócios de Impacto para o setor.
- Oferta de fundos que invistam em Negócios de Impacto. Os critérios para classificar negócios de impacto devem estar alinhados com os princípios da Carta.
- Educação de investidores sobre Negócios de Impacto.
- Oferta de fundos que invistam em Negócios de Impacto. Os critérios para classificar Negócios de Impacto devem estar alinhados com os princípios da Carta.
- Educação de investidores sobre Negócios de Impacto.
- Inclusão dos princípios da Carta como condição necessária para investimento em Negócios de Impacto.
- Inclusão de novos critérios nos itens analisados durante processo de *due diligence* (investigação e auditoria de documentos financeiros, contábeis, fiscais, trabalhistas, etc. prévio ao fechamento de uma operação de compra e venda ou à assinatura de variados tipos de contrato). Esses critérios devem respeitar os quatro princípios da Carta.

PÚBLICO

PÚBLICOS QUE
DIALOGAM COM A CARTA

**Instituto ou Fundação
Empresarial ou Familiar**

Área de Seleção de Projetos

Área de Relações Institucionais

Área de Avaliação

Todas

**Aceleradora ou
Incubadora de Negócios**

Seleção

**Banco ou Agência
de Desenvolvimento**

Área de Investimentos

**(Para Bancos de
Desenvolvimento, serão
detalhados critérios a serem
adotados como forma de
apoiá-los após a adoção da
Carta) Ver publicação Bancos e
Agências de Desenvolvimento –
Sugestões para potencializar as
Finanças Sociais e os Negócios
de Impacto no Brasil**

Área de Crédito

Áreas de Capital Filantrópico

COMO INCORPORAR OS PRINCÍPIOS DA CARTA

- Inclusão de novos critérios nos itens analisados durante o processo de seleção de projetos. Esses critérios devem respeitar os quatro princípios da Carta.
- Disseminação da Carta e de seus princípios.
- Educação do investidor social para o tema dos Negócios de Impacto.
- Monitoramento dos elementos do Princípio 2 nos negócios apoiados pela organização.
- Realização de alinhamento conceitual interno e com parceiros sobre o que é um Negócio de Impacto, a partir dos princípios incluídos na Carta.
- Realizar alinhamento conceitual interno e com parceiros sobre o que é um Negócio de Impacto a partir dos princípios incluídos na Carta. A aceleradora/incubadora pode incluir os princípios em seu acordo com a organização a ser incubada ou acelerada.
- Utilização dos quatro princípios no processo de *due diligence* para a seleção de fundos.
- Flexibilização das regras de financiamento para os Negócios de Impacto. Os critérios para classificar Negócios de Impacto devem respeitar os quatro princípios da Carta.
- Inclusão de novos critérios nos itens analisados no processo de seleção de projetos. Esses critérios devem respeitar os quatro princípios da Carta.

PÚBLICO

PÚBLICOS QUE
DIALOGAM COM A CARTA

Gestor Público

Área de Compras

Alianças Público-Privadas
e Parcerias Público-Privadas

Parcerias com Grandes Corporações
ou Institutos e Fundações Corporativas

Universidade

Docentes

Pesquisadores

COMO INCORPORAR OS PRINCÍPIOS DA CARTA

- Estabelecimento, no planejamento anual de compras, de metas para adquirir produtos oriundos de Negócios de Impacto. Os critérios para classificar Negócios de Impacto devem respeitar os quatro princípios da Carta.
- Estabelecimento de metas para que parcerias e alianças tenham Negócios de Impacto entre seus membros. Os critérios para classificar Negócios de Impacto devem respeitar os quatro princípios da Carta.
- Estabelecimento de metas para que uma porcentagem dos recursos totais seja direcionada a Negócios de Impacto. Os critérios para classificar Negócios de Impacto devem respeitar os quatro princípios da Carta.
- Disseminação do conceito de Negócios de Impacto utilizando os princípios da Carta como balizadores.
- Desenvolvimento de estudos relacionados aos Negócios de Impacto e sobre a própria Carta de Princípios.

G8 Social Investment Taskforce – Relatório Principal, setembro de 2014 – “Impact Investment: The Invisible Heart of Markets”

<http://socialimpactinvestment.org/reports>

G8 Impact Investment Task Force: Profit-with-Purpose Business – Subject paper of the Mission Alignment Working Group

<http://www.socialimpactinvestment.org/reports/Mission%20Alignment%20WG%20paper%20FINAL.pdf>

G8 Impact Investment Task Force: Measuring Impact – Subject paper of the Impact Measurement Working Group

<http://www.socialimpactinvestment.org/reports/Measuring%20Impact%20WG%20paper%20FINAL.pdf>

G8 Impact Investment Task Force: Measuring Impact – Guidelines for Good Impact Practice http://www.thegiin.org/binary-data/GIIN_impact_measurement_guidelines.pdf

“A Guide to establishing a Social Enterprise in the US” Morrison Forrester & TrustLaw Connect (Thomson Reuters Foundation Service);

“Effective social Enterprise: A menu of Legal structures” Tax Analysts, 2009

SEBRAE – Diretrizes estratégicas para a atuação do Sistema SEBRAE no mercado de negócios sociais, 2013 www.sebrae.com.br/negociossociais.

WINGS e GIFE – Carta Global de Princípios para Dados do Investimento Social Privado

http://www.gife.org.br/arquivos/publicacoes/34/WINGS-data_charter-FINAL-PORT.pdf

www.socialenterprise.org.uk

www.businesslink.gov.uk

www.cicregulator.gov.uk

<https://www.gov.uk/set-up-a-social-enterprise>

<http://www.emes.net/>

<http://www.sba.gov/>

<http://www.irs.gov>

<http://www.artemisia.org.br/>

<http://sitawi.org.br/>

<http://www.yunusnegociossociais.com/>

Road to Travel – Publicação sobre políticas públicas para fomentar Negócios Sociais <http://www.nesst.org/?publication=positioning-social-enterprises-in-the-policy-agenda-road-to-travel>

Valor Compartido – Cases e sugestões de como as empresas podem incluir Negócios de Impacto em sua cadeia de valor – <http://www.nesst.org/?publication=valor-compartido-haciendo-negocios-con-empresas-sociales>

EXPEDIENTE

Coordenação Geral

Beto Scretas
Célia Cruz
Diogo Quitério
Fernanda Bombardi
Leonardo Letelier
Mariana Guimarães

Agradecimento especial

Às organizações que participaram da construção da **Carta de Princípios**: ANDE, Artemisia, Avina, BNDES, Derraik, GIFE, GVCes, Inspirare, Instituto Camargo Correa, ICE, Instituto Quintessa, JP Morgan, LGT, Mattos Filho, Península, Plano CDE, SEBRAE, Sistema B, SITAWI, Finanças do Bem, Vox Capital e Yunus Social Business.

Aos 56 participantes da Consulta Aberta das Recomendações durante o mês de agosto de 2015.

Consultoria especializada

Kalo Taxidi
Alexandre Travelin e Thais Magalhães

Consulta Aberta

Together
Elenice Tamashiro

Revisão Final e Produção

Paula de Santis
Vivian Rubia

Projeto Gráfico

Mondoyumi
Flavia Sakai
Naná de Freitas
Ed Santana



Parceiros estratégicos

Deloitte.

Telefônica | **vivo**

Fundação Telefônica

Apoio

LEW'LARA\TBWA

Telefônica | **vivo**

Fundação Telefônica



instituto
península

www.forcatarefainancassociais.org.br