

A MEDIÇÃO DO IMPACTO SOCIAL DO PROJETO MINI GENTILEZAS ATRAVÉS DA METODOLOGIA SROI

Israel Mesquita Neto

Lisboa, 2019

A MEDIÇÃO DO IMPACTO SOCIAL DO PROJETO MINI GENTILEZAS ATRAVÉS DA METODOLOGIA SROI

Dissertação apresentada ao IADE, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design Management sob a orientação científica do Doutor Georg Dutschke, Professor do IADE.

Israel Mesquita Neto

Lisboa, 2019

O JÚRI

Presidente Professora Doutora Sara Gancho

Vogal Professor Doutor Álvaro Borba Lopes Dias

Orientador Professor Doutor Georg Michael Jeremias Dutschke

AGRADECIMENTOS

Depois de quase dois anos, fico realmente surpreso ao pensar que este é o fim. Uma longa jornada com muitos aprendizados e crescimento.

Primeiramente, agradeço aos meus pais. Todo o amor e esforço que sempre tiveram para me criar e influenciar o homem que sou hoje. Sem seus ensinamentos, eu duvido muito que estaria aqui nesse exato momento. Mesmo com um oceano de distância, vocês continuam sendo meu porto-seguro.

Agradeço aos meus amigos, tanto de Portugal, quanto de outras partes do mundo. A rica convivência com pessoas incríveis como vocês faz com que eu tenha coragem para seguir em frente todos os dias.

Agradeço a ONG Argilando, em especial ao Pedro Ronan, diretor da ONG e uma pessoa tão incrível que eu fico surpreso de querer ser meu amigo, e a Karina Rocha, coordenadora do projeto, sócia e irmã mais velha de coração. Sem o apoio de vocês, o projeto Mini Gentilezas não existiria, o mundo seria um lugar um pouco mais triste e eu seria um homem menos realizado. Obrigado por mudarem a minha vida.

Agradeço ao orientador Prof. Dr. Georg Michael Jeremias Dutschke por me guiar até aqui. Sua influência me deixa mais tranquilo e me dá a certeza de que estou no caminho certo. Obrigado por toda a dedicação e tempo gastos comigo.

Por fim, agradeço aos professores e colegas do Mestrado de Design Management do IADE, por dividirem comigo seus conhecimentos e experiências, além de fazerem parte dessa grande aventura que tem sido Portugal.

PALAVRAS-CHAVE

SROI, Terceiro Setor, Mini Gentilezas, Situação de Rua.

RESUMO

Com o aumento da quantidade de pessoas em situação de rua no Brasil, surgem as instituições do chamado Terceiro Setor para contribuir na construção de uma sociedade mais justa e segura.

Diante dessa realidade, o projeto Mini Gentilezas, da ONG Argilando, surge no Rio de Janeiro em Maio de 2016. Sua proposta é fortalecer iniciativas que promovem campanhas de arrecadação de produtos de higiene pessoal, que são destinados à pessoas em situação de rua.

Todavia, um dos principais problemas do Terceiro Setor é o fato de não gerar lucro, e após três anos de projeto, essa característica começa a impedir o processo de continuar se desenvolvendo.

Uma forma de se obter algum tipo de manutenção e até mesmo obter crescimento em projetos desse setor é através de doações e investimentos. Para isso, contudo, é preciso demonstrar o valor gerado, para justificar sua importância.

A metodologia SROI surge para tal finalidade, medindo o impacto social de um investimento, qualquer que este seja.

A presente tese teve como objetivo analisar a metodologia, utilizando uma abordagem quantitativa para aplicar o SROI no Mini Gentilezas e comprovar se o projeto tem um retorno que justifique buscar mais investimentos.

KEYWORDS

SROI, Third Sector, Mini Gentilezas, Mini Kindness, Homeless.

ABSTRACT

With the increase of homeless people in Brazil, institutions known as “third sector companies” start to appear to support the construction of a fairer and safer society.

Understanding this reality, the NGO Argilando’s project Mini Gentilezas (also known as Mini Kindness) appears in Rio de Janeiro in May 2016. Its proposal is to promote campaigns for the collection of personal hygiene products, which are claimed for the homeless situation.

However, one of the main problems of the third sector is the fact that it does not generate profits, and after three years of project, this fact is stopping the process of further development.

One way to obtain some kind of maintenance and even keep growing is through donations and investments. To achieve this, it’s necessary to demonstrate the value generated in the project, to justify its importance.

The SROI methodology arises for this purpose, measuring the social impact of an investment, whatever it may be.

The aim of this thesis was to analyze the methodology, using a quantitative approach to apply the SROI in the Mini Gentilezas and to verify if the project has a return that justifies seeking more investments.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO | 17

CAPÍTULO 1 – REVISÃO DE LITERATURA

1.1 Terceiro Setor

1.1.1 Contexto | 20

1.1.2 Conceituação | 21

1.1.3 Áreas de atuação | 24

1.1.4 Ciclo de vida | 25

1.2 Impacto e Valor Social

1.2.1 Definição de Impacto Social | 26

1.2.2 Definição de Valor Social | 27

1.2.3 A importância da mensuração do Impacto Social | 29

1.2.4 Medindo o Valor Social | 31

1.2.5 Diferentes abordagens para medir o Valor Social | 33

1.3 SROI

1.3.1 O SROI como modelo escolhido | 36

1.3.2 Contexto do seu desenvolvimento | 37

1.3.3 Definindo o SROI | 37

1.3.4 O rácio SROI | 38

1.3.5 Comparando as análises de custo-benefício | 39

1.3.6 Os princípios do SROI | 40

1.3.7 Benefícios do SROI | 42

1.3.8 Etapas do SROI | 44

1.3.9 Cadeia de criação de impacto | 45

1.3.10 Limitações e ambições | 47

1.4 Agenda 2030

1.4.1 O que é | 49

1.4.2 Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável | 50

CAPÍTULO 2 - OBJETIVOS

2.1 O problema | 52

2.2 Objetivo geral | 52

2.3 Objetivos específicos | 52

2.4 Justificativa | 52

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA

3.1 Fundamentação | 54

3.2 Caracterização da pesquisa | 54

3.3 Estratégia de investigação

3.3.1 Estudo de caso | 55

3.3.2 SROI | 55

3.3.3 Método de recolha e análise de dados | 56

CAPÍTULO 4 - ESTUDO DE CASO: MINI GENTILEZAS

4.1 Introdução | 58

4.2 A ONG Argilando | 59

4.3 Propósito | 60

4.4 Números | 60

4.5 Benefícios | 63

4.6 Objetivos de desenvolvimento sustentável | 63

4.7 Objetivos estratégicos | 72

4.8 Comunicação | 73

4.9 O futuro do projeto | 76

CAPÍTULO 5 - RESULTADOS

5.1 Estabelecendo o escopo e identificando os stakeholders | 77

5.2 Mapeando os resultados | 78

5.3 Evidenciando resultados e atribuindo valor a eles | 82

5.4 Estabelecendo os impactos | 85

5.5 Calculando o SROI | 85

CAPÍTULO 6 - CONCLUSÕES

6.1 Conclusões | 86

6.2 Limitações | 86

6.3 Próximos passos | 86

CAPÍTULO 7 - BIBLIOGRAFIA | 87

CAPÍTULO 8 - ANEXOS

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 | 23

Figura 2 | 28

Figura 3 | 39

Figura 4 | 46

Figura 5 | 58

Figura 6 | 62

Figura 7 | 73

Figura 8 | 74

Figura 9	74
Figura 10	75
Figura 11	75

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1	24
Quadro 2	35
Quadro 3	46
Quadro 4	57
Quadro 5.1	79
Quadro 5.2	80
Quadro 6	81
Quadro 7	81
Quadro 8	82
Quadro 9	83
Quadro 10	84
Quadro 11	84

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: As entrevistas/questionários feitos	98
ANEXO B: Os objetivos de Desenvolvimento Sustentável e metas na íntegra	109
ANEXO C: Tabela de resultados do Mini Gentilezas em 3 anos de projeto	129

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a sociedade em que vivemos tem sofrido mudanças drásticas, notoriamente no que diz respeito ao empobrecimento da população e, consequentemente, no número cada vez maior de pessoas em situação de rua. No Brasil, segundo a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE, 2015), no ano de 2015 haviam 15.905 pessoas em situação de rua, apenas no Estado de São Paulo.

É na sequência destes números alarmantes e, na tentativa de tornar o Brasil uma sociedade mais justa e segura, que surgem as instituições do chamado Terceiro Setor em meados do século XIX. Este novo setor se caracteriza com o aparecimento das chamadas Organizações Não-Governamentais, essenciais para as sociedades, também conhecidas por Organizações Sem Fins Lucrativos, e têm essencialmente como objetivo a promoção de ações de caráter solidário, sem qualquer tipo de retorno financeiro.

O Terceiro Setor, de caráter associativo, cooperativo ou mutualista (Ferreira, 2009; Almeida, 2011), vem buscando resolver ou, ao menos, amenizar diversas questões sociais e, nesse caso descrito acima, vêm agindo através do auxílio às pessoas em situação de rua, seja com objetos materiais ou serviços de saúde.

Diante dessa realidade, o Mini Gentilezas, projeto da ONG Argilando, nasceu no Rio de Janeiro em maio de 2016, da vontade de amenizar uma situação tão complexa. Ele é um projeto com a proposta de fortalecer iniciativas que promovem campanhas de arrecadação de produtos de higiene pessoal, que são destinados à pessoas em situação de rua. O objetivo é somar nos estoques de kits de higiene, que estas iniciativas preparam e distribuem para quem precisa.

O projeto é divulgado através do Facebook e do Instagram com técnicas de Design e Marketing Digital, onde toda semana novas artes visuais são criadas, com o objetivo de atualizar os interessados sobre o progresso do projeto, mostrar seus resultados, criar novas campanhas e divulgar parceiros. Além disso, é coordenado de forma totalmente online, através de aplicativos móveis como Whatsapp

Todavia, um dos principais problemas do Terceiro Setor e, consequentemente, do projeto Mini Gentilezas, é exatamente o fato de não gerar lucro. Tal como afirma Hudson (1999), o fato das atividades não gerarem lucro é um dos fatores em comum com o setor público, assim como procurar atuar em prol do bem comum.

Uma forma de se obter algum tipo de manutenção e até mesmo obter crescimento em projetos desse setor é através de doações e investimentos. Para isso, contudo, é preciso demonstrar o valor gerado para a sociedade. Nesse momento, o SROI (Social Return On Investment) surge como uma metodologia para tal finalidade.

Para Agustín Huete García e Martha Yolanda Quezada García (2014) o SROI é uma metodologia de medição do impacto social de um investimento, qualquer que este seja.

De acordo com Scholten e Nicholls (2006), nos últimos anos aumentou o interesse, por parte das empresas, nos estudos de Social Return On Investment, que ajudam a medir e perceber o impacto global criado por uma empresa, assim como medir as reais mudanças causadas na sociedade. Adicionalmente, este método pode ser utilizado como uma ferramenta de planificação estratégica, comunicando a criação de valor social, ao mesmo tempo que atrai investimento e auxilia na tomada de decisões.

Através da presente tese, pretende-se perceber até que ponto o projeto Mini Gentilezas é determinante na nossa sociedade, de forma a colaborar com iniciativas sociais e gerar mais dignidade e esperança a pessoas em situação de rua, para que com esses dados, seja possível obter investimentos e lucro, a ser revertido para o próprio projeto.

No que concerne aos elementos que compõem esta tese, ela inicia-se com uma revisão da literatura, no intuito de adentrar na temática em estudo. Abordamos o Terceiro Setor como um todo, revisamos a definição de Impacto e Valor Social e a metodologia para chegar aos objetivos. A metodologia utilizada é o SROI, pelo que houve a necessidade, também no primeiro capítulo, de qualificar o conceito, descrevendo seus princípios, etapas, vantagens e limitações.

No segundo capítulo, começamos a explorar o problema em questão, os objetivos e o desenvolvimento das perguntas de investigação que precisam ser solucionadas antes da prática. Além de, é claro, justificar a existência dessa tese.

No terceiro capítulo entramos a fundo na metodologia SROI. O porquê dela ter sido escolhida, a estratégia de investigação que será utilizada no desenrolar do estudo de caso e o método de recolha e análise de dados.

No quarto capítulo é onde começamos a estudar o funcionamento do projeto Mini Gentilezas: Seus benefícios para a população, objetivos estratégicos, operacionais, a percepção do que foi feito ao longo dos três anos de vida do projeto e o que acontecerá daqui para a frente.

No quinto capítulo aplicamos a metodologia do SROI ao projeto, com a discriminação de todas as fases do SROI e a apresentação de valores resultantes de cada uma destas fases.

Por último, no sexto capítulo, retiramos as principais conclusões, apresentando as limitações e sugestões para uma futura investigação.

CAPÍTULO 1 - REVISÃO DA LITERATURA

1.1 Terceiro Setor

1.1.1 Contexto

Analisando como se organiza a sociedade brasileira, percebe-se a existência de diversas organizações diferentes, com focos, objetivos e pessoas em enorme diversidade social. Tão diferentes quanto um órgão público, uma empresa internacional e uma startup. Todavia, podemos classificá-las segundo a natureza das suas atividades, em um modelo de três setores. Coelho (2000) os descreve da seguinte forma:

- **Governo, ou primeiro setor:** As atividades têm por objetivo o atendimento universal das necessidades sociais. Ao contrário do mercado, o governo tem sua ação legitimada por poderes coercitivos, possuindo todo um arcabouço legal que limita, orienta e regula sua atuação.
- **Mercado, ou segundo setor:** As atividades envolvem a troca de bens e serviços, com o objetivo de produzir lucro. O mercado atua sob o princípio da não-coerção legal, ou seja, nenhuma pessoa é obrigada a comprar, nem a vender. Os mecanismos do mercado estão ligados a preços e demanda.
- **Terceiro Setor:** Seria formado por instituições cujas atividades não são coercitivas, ou seja, possuem toda liberdade de atuação, porém seu objetivo não está ligado ao lucro, mas sim, ao atendimento das necessidades coletivas.

Coelho (2000) torna clara a diferença entre interesse público e coletivo. Enquanto o primeiro diz respeito a toda a sociedade, o segundo refere-se a um determinado grupo. Isso é de suma importância para entender a diferença de escopo entre o Governo, que representa os interesses da sociedade, e o Terceiro Setor, que busca atender às necessidades de um pequeno grupo.

Na história brasileira, vemos o Terceiro Setor surgir pela primeira vez vinculado à Igreja Católica. Na época da Proclamação da República (meados de 1889), os vínculos da Igreja e do Estado ainda eram muito fortes. Todavia, as Confrarias, que eram formadas por pessoas religiosas e reconhecidas pela Igreja, realizavam ações filantrópicas e

assistencialistas. Eram voluntárias e ofereciam serviços, como assistência financeira e médica, organização de funerais e abrigo para pessoas em situação de rua.

Estas organizações precisavam ser aprovadas pelo governo e pela Igreja, mas mantinham uma certa independência de atuação. Um exemplo dessas organizações é o conjunto das Irmandades de Misericórdia, que estabeleceu os primeiros hospitais, asilos e hospedarias no Brasil. Era majoritariamente financiado por doações de pessoas ricas da sociedade (Landim in Salamon e Anheier, 1997).

Hoje, a partir da atuação das chamadas Organizações Não-Governamentais (ONG's), o Terceiro Setor vem ganhando cada vez mais importância. Landim (1993, p.24) afirma que as ONGs situam-se justamente no meio do caminho entre a caridade e a ação pública governamental. Sua origem vem da década de 70, na busca de transformação social.

1.1.2 Conceituação

Diversos autores têm seus conceitos definidos para com o Terceiro Setor. Segundo Antônio Manãs e Eptácio de Medeiros (2012), ele pode ser definido como um conjunto de organizações e iniciativas privadas que visam a produção de bens e serviços públicos que não geram lucro, mas respondem a necessidades coletivas.

Já Rothgiesser (2004), o Terceiro Setor é definido por “cidadãos que participam de modo espontâneo e voluntário de ações que visam o interesse social. Isto vem mostrar algo em comum com o Estado que é o fato de ambos cumprirem com uma função eminentemente coletiva”.

Ferreira (2000), ainda o caracteriza, dizendo que “o Terceiro Setor distingue-se do Estado porque não fornece serviços públicos ou obrigatórios, e distingue-se do mercado porque não fornece serviços com fins de lucro, ao mesmo tempo que se distingue do setor informal porque se encontra formalizado em organizações”.

Segundo Fernandes (1997), “(...) o Terceiro Setor é composto de organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas principalmente pela participação voluntária, em um âmbito não governamental, dando continuidade às práticas tradicionais da caridade, da filantropia e do mecenato e expandindo o seu sentido para outros domínios, graças, sobretudo, à incorporação do conceito de cidadania e de suas múltiplas manifestações na sociedade civil. (...)”

De acordo com Marcovitch (1997), “(...) por desempenhar função de interesse público, espera-se que a organização do Terceiro Setor cultive a transparência quanto ao seu portfólio de projetos e, também, quanto aos resultados obtidos e os recursos alocados. O diagnóstico ex-ante e a avaliação ex-post constituem instrumentos determinantes para o êxito e o apoio a ser obtido em iniciativas futuras. Nesse sentido, a preparação de relatórios de avaliação, e a sua disseminação constituem importantes instrumentos de comunicação com a sociedade (...)”.

Segundo Machado (2015), há ainda vários outros autores, como Almeida (2010), Bayma (2013). Drucker (1994). Moizer e Tracey, (2010), Oliveira et al., (2005), que aprofundam o estudo sobre o Terceiro Setor, cujas conclusões produzem diversas informações relevantes:

- Registra forte crescimento e assume um papel cada vez mais amplo na sociedade com diversas atividades nas áreas da educação, saúde, assistência social, cultura, esporte, investigação e ambiente;
- É constituído por um conjunto heterogêneo de organizações privadas e revela uma complexa estrutura devido à diversidade de formas de organização e atuação das entidades que o integram;
- Requer a coordenação da função social com o equilíbrio financeiro.

De modo geral, as organizações de Terceiro Setor caracterizam-se por cinco princípios (Salamon e Anheier, 1992).:

- Formalmente constituídas;
- De caráter privado;
- Não distribuem lucros;
- Autogovernadas e;
- Comportam participação de trabalho voluntário, numa extensão expressiva.

Embora bem definido conceitualmente, para se ter uma visão maior sobre o tópico, é interessante ter em mente a ideia das organizações híbridas, expostas por Boyd et al. (2009). De um lado, temos as organizações tradicionais, com fins lucrativos, e de outro, temos as sem fins lucrativos, focadas exclusivamente em problemas sociais ou questões ambientais. Entre esses dois extremos, existem as organizações híbridas (figura 1):



Figura 1 - Espectro Híbrido (Fonte: Boyd et al., 2009)

Logo, uma organização híbrida é “orientada ao mercado, centrada em uma missão voltada ao bem comum” e é “operada em um espaço misturado entre organizações tradicionais e sem fins lucrativos” (Boyd et al, 2009). Assim sendo, o espectro híbrido inclui qualquer organização que cria valor social, através de ações de responsabilidade social, mas ainda com a maximização de lucros como seu foco principal.

Tendo em conta a atual situação econômica, fica claro que o Terceiro Setor passaria a ficar cada vez mais importante, já que envolve diversas ações e finalidades de caráter humanitário, aborda a questão da cidadania e defesa do ser humano, lutando pela sua inclusão social (Vico Mañas, A., e Ezequiel de Medeiros, E., 2012).

Informa ainda Salamon (1997) que um dos maiores desafios das entidades do Terceiro Setor diz respeito à sua sustentabilidade, principalmente em termos financeiros, posto que muitas dessas organizações foram criadas como esforços pessoais e, à medida que foram crescendo em escala e complexidade, depararam-se com vários problemas de sobrevivência, principalmente, considerando-se que um maior número de organizações têm que competir para obter recursos cada vez mais escassos.

Drucker (1994) também apresenta desafios que se impõem a essas organizações:

- Transformar os doadores em contribuintes;
- Proporcionar a vivência em comunidade e criar um objetivo comum.

1.1.3 Áreas de atuação

Salamon (1997) analisou quais eram as atividades realizadas pelas organizações do Terceiro Setor. A partir disso, foi proposto o chamado “International Classification of Nonprofit Organizations - ICNPO”, que classifica as organizações por tipo de atividade. O quadro abaixo apresenta as 12 áreas de atuação.

Grupo 1 - Cultura e Recreação Esportes, arte, museus, zoológicos, recreação, clubes sociais
Grupo 2 - Educação e Pesquisa Escolas e educação superior, treinamento vocacional Pesquisa médica, ciência e tecnologia, estudos de política empresarial
Grupo 3 - Saúde Hospitais, reabilitação, asilos, saúde mental Saúde pública, educação sanitária
Grupo 4 - Serviços Sociais Bem-estar da criança, serviços para jovens, família, idosos e deficientes Ajuda de emergência, complementação de rendimentos, assistência material
Grupo 5 - Meio Ambiente Conservação de recursos naturais, controle da poluição Proteção e bem-estar dos animais, vida selvagem e preservação de ambientes rurais
Grupo 6 - Desenvolvimento e Habitação Desenvolvimento econômico, social e comunitário Habitação Emprego e treinamento
Grupo 7 - Lei, Direito e Política Desenvolvimento econômico, social e comunitário Habitação Emprego e treinamento
Grupo 8 - Intermediários Filantrópicos e Promoção do Voluntariado Grupos econômicos de concessão de recursos, organizações de captação de recursos Organizações de intermediários
Grupo 9 - Atividades Internacionais Programas de intercâmbio, assistência de desenvolvimento, amparo em desastres Direitos humanos e organizações pacifistas
Grupo 10 - Religião Organizações religiosas
Grupo 11 - Associações Profissionais e Sindicatos Organizações de empregados, sindicatos, associações profissionais
Grupo 12 - Não Classificados em Outros Grupos Não classificados em outros grupos

Szazi (2001), apresenta as formas jurídicas que podem tomar as organizações do Terceiro Setor no Brasil:

- **Associação:** Uma pessoa jurídica criada a partir da união de idéia e esforços de pessoas em torno de um propósito que não tenha finalidade lucrativa.
- **Sociedade Civil sem Fins Lucrativos:** Da mesma forma que as associações, são pessoas jurídicas formadas a partir da união dos esforços de pessoas em prol de algum objetivo comum.
- **Fundações:** É um conjunto de bens, com um fim determinado, que a lei dá a condição de pessoa.

1.1.4 Ciclo de vida

A aplicação de modelos de ciclo de vida para organizações do Terceiro Setor não é recente. A literatura já reconhece que “as funções da diretoria e da equipe variam com os estágios que uma Organização Sem Fins Lucrativos ocupa em seu ciclo de vida” (McClusky, 2002). Dart, Bradshaw, Murray & Wolpin (1996) e Mathiasen (1998) também reconhecem a ideia, sugerindo que o comportamento da diretoria varia de acordo com estes estágios.

Barnett (1988) menciona um modelo de ciclo de vida das Organizações Sem Fins Lucrativos:

1. **Fase Startup**, na qual um grupo informal de indivíduos identificam uma necessidade específica e planejam formas diferentes de satisfazer essa necessidade. Organizações nesse estágio tem “procedimentos operacionais informais e flexíveis” (Barnett, 1988) e geralmente o financiamento é equivalente ao capital inicial.
2. **Fase da Profissionalização**, na qual já se entende como a necessidade percebida será satisfeita e existe uma equipe profissional trabalhando nisso. Nesse estágio, “os fundos estão seguindo para a agência” (Barnett, 1988);
3. **Fase de Institucionalização**, na qual já existem procedimentos padrões e a estrutura organizacional é formal, com “um fluxo confiável e estável de receitas” (Barnett, 1988). Nesse estágio, a construção de uma comunidade é uma preocupação organizacional para ganhar legitimidade e aumentar a geração de renda.

Considerando essas três fases de desenvolvimento, podemos esperar que as organizações tenham diferentes prioridades em cada estágio. De acordo com Barnett (1988), podemos assumir que durante a Fase Startup, experimentação é a maior preocupação da organização e o foco é em problemas de curto prazo. Por essa razão, a estrutura de tomada de decisão busca soluções “aqui e agora”. Conforme a estrutura organizacional progride, objetivos organizacionais se tornam mais estratégicos, focando no longo prazo. Sendo assim, na segunda fase, espera-se que a organização foque em “recursos de serviço profissional”: Na terceira fase, a organização colocará todos os seus esforços em “aumentar a legitimidade da agência” (Barnett, 1988).

Barnett (1988) também se referiu aos critérios de avaliação utilizados pela organização para medir seu desempenho com o ciclo de vida organizacional, e o autor conclui que, na primeira fase, a organização é avaliada em termos das necessidades abordadas. Sendo somente na última fase de desenvolvimento que se torna mais comum usar informações quantitativas para avaliar o desempenho organizacional.

1.2 Impacto e Valor Social

1.2.1 Definição de Impacto Social

Impacto Social é uma mudança ou benefício gerado para a sociedade pela ação de uma organização de forma sustentada no tempo. A medição do Impacto Social é “um processo de conhecimento e aprendizagem da mudança social que passa pela identificação das futuras consequências de uma ação, ou de um conjunto de ações, de uma iniciativa” (Santos, 2013).

Meneses et al., (2010) afirmam que “a relevância da Economia Social passa pela medição do seu impacto, pois apenas o que é mensurável se torna visível”.

A expressão “Impacto Social” é amplamente utilizada para apresentar os resultados das ações relacionadas com projetos sociais. A atenção crescente focada na avaliação de impacto demonstra a necessidade de quantificar a avaliação dos projetos sociais (Ribeiro et al., 2014).

1.2.2 Definição de Valor Social

Diferente do valor econômico, os impactos sociais e ambientais são, na maioria dos casos, não expressados pelo mercado. Não têm um "valor de mercado" e, portanto, são ignorados pelas empresas (Maas, 2009).

Para podermos continuar estudando a questão do Impacto Social, é importante definirmos o conceito de Valor Social e o que o difere do valor econômico.

Segundo Olak e Nascimento (2000), resultado econômico corresponde à variação patrimonial em determinado período e a avaliação do desempenho econômico da entidade pode ser expressa pela diferença entre os valores de seu patrimônio inicial e final.

Para Catelli (2001), “o resultado econômico de uma empresa pode ser entendido como a variação positiva de sua riqueza entre dois momentos. Isto é, refere-se ao incremento de sua riqueza e espelha, portanto, o aumento do seu patrimônio, em determinado período”.

Já Slomski (2005) define resultado econômico como a “diferença entre a receita econômica e a soma dos custos diretos/variáveis e indiretos identificáveis à entidade pública que a produziu. Neste caso, o conceito de receita econômica é definido pelo mesmo autor como sendo a receita não explícita na prestação de serviços públicos, e sua mensuração decorre da multiplicação do custo de oportunidade que o cidadão desprezou ao utilizar o serviço público, pelos serviços que a entidade tenha efetivamente executado.

O valor econômico é criado tomando um recurso ou grupo de inputs, fornecendo inputs adicionais ou processos que aumentem a sua importância, e desse modo é assim gerado um produto ou serviço que tem uma relevância de mercado maior no próximo nível da cadeia de valor. Exemplos de criação de valor econômico podem ser vistos nas atividades da maioria das empresas com fins lucrativos.

Por sua vez, Emerson et al. (2000) define que o Valor Social é criado quando recursos, inputs, processos ou políticas se combinam para gerar melhorias nas vidas dos indivíduos ou na sociedade como um todo. É neste contexto que a maioria das entidades não lucrativas justificam a sua existência, e, infelizmente, é a este nível que existe a maior dificuldade em medir o verdadeiro valor criado. Para citar J. Gregory Dees, o Valor Social é “sobre inclusão e acesso. É respeito e abertura por parte das instituições. É história, conhecimento, um sentido de herança e identidade cultural. O seu valor não é passível de

ser reduzido aos termos econômicos e socioeconômicos”. Tem um valor intrínseco, mas pode ser difícil de encontrar consenso ou quantificá-lo.

Existem diversas outras definições na literatura para Valor Social, variando em escopo e especificidade, mas de forma geral, é definido como “um grupo de consequências para a população humana (...) que altera a forma como as pessoas vivem, trabalham, se relacionam com as outras e encontram suas necessidades” (Moutinho and Mouta, 2012). Essas consequências incluem alterações culturais - normas, valores e crenças (Institute for Environmental Studies, 1995; Vanclay, 2003 e Moutinho and Mouta, 2012). Mulgan (2010) simplesmente define como “os impactos não-financeiros de programas, organizações e intervenções”, incluindo o bem estar de indivíduos, sociedade, capital social e o meio ambiente.

Segundo Fregonesi et al. (2005) e Gair (2002), Valor Social é o valor gerado pela combinação de recursos e processos orientados para a melhoria das condições de vida dos indivíduos de uma comunidade ou da sociedade.

Uma forma simples de entender o significado de Valor Social é distinguindo os “outputs” dos “outcomes”, como parte integral da cadeia de valor de impacto (figura 2), conceito definido por Clark, Rosenzweig, Long e Olsen (2004). Os autores explicam que organizações usam e gerenciam seus “inputs” (recursos necessários) para que as atividades aconteçam. As atividades realizadas transformarão os “inputs” em “outputs”, definidos como resultados diretos ou indiretos das atividades. No longo prazo, essas atividades produzirão “outcomes”, ou seja, mudanças na vida das pessoas.



Figura 2 - Cadeia de Valor de Impacto (**Fonte:** Adaptado de Clark et al., 2004)

1.2.3 A importância da mensuração do Impacto Social

A avaliação de impacto econômico do Terceiro Setor é uma prioridade de pesquisa para The Third Sector Research Centre (TSRC, 2014). Como o aumento de investimentos na área social tem sido cada vez maior nas últimas décadas, a previsão do retorno de investimentos passou a ser uma exigência dos investidores (Rico, 1998). O contexto atual de escassez e pressão exige uma alta capacidade de rastrear e investir nos projetos mais eficazes e eficientes e, consequentemente, “prever o efeito que um desenvolvimento proposto terá sobre as pessoas” (D'Amore, 1978).

Isso tudo é sobre a medição do Valor Social criado. Além disso, a mensuração do Valor Social é definida como 'orientada pelo processo', garantindo que as mudanças sociais sejam levadas em conta durante as fases de design, planejamento e implementação de um projeto e, ao mesmo tempo, garantindo que seu desenvolvimento seja aceitável, equitativo e sustentável (Branch e Ross, 1997 citado por Vanclay, 2002). Assim, uma das principais razões para se envolver no processo de mensuração de valores sociais está relacionada às suas funcionalidades, como planejamento e monitoramento.

Polonsky e Grau (2011), após um estudo, reconhecem que as organizações sociais sofrem elevada pressão para melhorar o seu desempenho e indicam as razões que justificam a mensuração do impacto social:

- As organizações sociais desenvolvem atividade integrada no mercado com as inerentes pressões de funding;
- Estas organizações têm elevados custos em atividades administrativas e assistenciais e muitas dispõem valores elevados em atividades de fundraising;
- Os doadores querem conhecer o retorno financeiro dos seus donativos;
- As organizações sociais têm a obrigação de demonstrar aos parceiros que os apoios financeiros obtidos estão a ser aplicados de forma eficiente e eficaz nas atividades sem fins lucrativos.

A avaliação de desempenho promove a racionalização dos projetos e a ausência de metodologias é uma das causas de uma gestão social ineficiente (Cotta, 2014).

O processo de medir o valor social é frequentemente visto como uma prática que permite às organizações não apenas olhar para trás, mas também para frente. De acordo com SROI Primer (2004), é um processo de pensamento crítico, pois permite às

organizações olhar para trás e avaliar o que já foi feito, e tentar “antecipar, gerenciar ou mitigar o impacto de intervenções planejadas” (Asselin e Parkis, 2009). Isso pode ser traduzido em “ganhos econômicos e sociais para as organizações” (McLoughlin et al, 2009) para “avaliar seu impacto e melhorar seu desempenho” (DTI, 2006 citado por McLoughlin et al, 2009).

Existe ainda outro benefício relacionado à mensuração do Valor Social. O processo pode ser visto como algo que permite às organizações fazerem as “perguntas certas” e, depois de obter as respostas, apoiar a definição de uma direção estratégica (Mulgan, 2010) e o planejamento de futuras atividades organizacionais (SROI Primer, 2004). O que permite um melhor alinhamento dos objetivos estratégicos e operacionais. Ainda no nível interno, as organizações podem se beneficiar deste, uma vez que permite uma “maior compreensão do impacto do trabalho organizacional” (SROI Primer, 2004: 2), gerando motivação da equipe.

Além de ser uma ferramenta estratégica, Mulgan (2010) argumenta que essa prática permite que as organizações “justifiquem o impacto de qualquer financiamento externo recebido e defendam seu papel”. Medir o Valor Social também promove uma comunicação mais forte com base no que realmente importa, com todas as partes interessadas (Mulgan, 2010 e SROI Primer, 2004). Em conclusão, e na perspectiva de Mulgan (2010), a mensuração do Valor Social deve atuar sobre os tomadores de decisão em três diferentes papéis:

1. Contabilidade para os stakeholders externos;
2. Gerir as operações internas e;
3. Avaliar o impacto social.

É ainda possível mencionar outras razões para medir o Valor Social mais relacionadas às condições estruturais. Uma delas está ligada à crise econômica e à consequente escassez de recursos, o que tornou a alocação de recursos uma tarefa extremamente delicada. Nesse contexto, ser eficaz e eficiente ao mesmo tempo é uma grande preocupação para essas organizações (Mulgan, 2010). Outra condição estrutural está relacionada às pressões multidimensionais que essas organizações enfrentam (Mulgan, 2010), de todos os lados. Mais do que nunca, as organizações sem fins lucrativos precisam provar seu impacto “para financiadores, parceiros e beneficiários” (Mulgan, 2010). Por exemplo, os financiadores pretendem aplicar seus recursos financeiros “aos projetos mais eficazes” (Mulgan, 2013), os governos e formuladores de políticas “têm que responder por suas decisões de gastos” e

“investidores querem dados concretos para medir o lucro” (Mulgan, 2010). Resumindo, há uma grande pressão.

1.2.4 Medindo o Valor Social

Antes de entrarmos no assunto de como medir o Valor Social, é importante entender que apesar de ser um “campo em crescimento” que tem captado a atenção das Organizações Sem Fins Lucrativos (Zappala e Lyons, 2009), ainda existem algumas limitações que impedem a mensuração do Valor Social de atingir um certo nível de maturidade. Em primeiro lugar, e de acordo com Mulgan (2010), vem o fato das “pessoas não concordarem sobre qual deveria ser o resultado desejado”. Para explicar essa teoria, o autor dá o exemplo de uma punição criminal: “Muitas pessoas querem prender criminosos para puní-los, mesmo quando o encarceramento custa mais e confere menos benefícios do que alternativas à prisão”. Outra limitação é a falta de resultados evidentes das políticas adotadas para o campo social que tornam as pessoas mais cautelosas com a mensuração. Tuan (2008) refere que muitos benefícios dos programas sociais criados raramente são monetizados - “Muitas pessoas gostariam que o campo social fosse mais parecido com a ciência natural, de modo que eles poderiam prever os efeitos de, digamos, um investimento de US\$ 10 milhões em prevenção da criminalidade ”(Mulgan, 2010). Além disso, a baixa qualidade das informações fornecidas e o custo da mensuração são, de acordo com Tuan (2008), também fatores que tornam a medição do Valor Social tão difícil. Por fim, mas não menos importante, o problema do tempo: “estimar o quanto uma ação trará muitos anos no futuro, em relação a quanto custará para implementá-la agora” (Mulgan, 2010).

Nota-se, portanto, que é um processo complexo (Koljatic e Silva, 2010), pois envolve “esforços para avaliar ou estimar, antecipadamente, as conseqüências sociais que provavelmente seguirão” (Institute for Environmental Studies, 1995). Além disso, para se entender o "real" valor criado, é preciso incluir todas as perspectivas das partes interessadas que, na maioria das vezes, têm objetivos e interesses diferentes (e divergentes). O processo de medição é até descrito como um desafio, principalmente devido ao processo complexo de “seleção de métricas significativas e consistentes” (Hirigoyen, 2013) para medir os resultados sociais.

A exigência de um entendimento completo da dinâmica social, como resultado de múltiplas interações sociais (Ruebottom, 2011), também contribui para esse desafio. Ele lida

com atitudes, percepções e valores das pessoas impactadas (D'Amore, 1978), ou seja, com questões intangíveis. Além disso, é um processo que deve ser feito com relação aos “efeitos diretos, estéticos, físicos, históricos, culturais, econômicos, sociais e de saúde” (Moutinho e Mouta, 2011), ou seja, existe uma dependência específica do contexto que deve ser levada em conta.

Independente de todas as dificuldades e complexidades associadas, há uma concordância crescente de que “os resultados das iniciativas sociais precisam ser medidos” (Koljatic e Silva, 2010). A tendência para medi-los também é reforçada pelo fato de que “é uma maneira efetiva de melhorar as iniciativas sociais” (Koljatic e Silva, 2010) e, conseqüentemente, uma maneira de comprovar sua eficácia. Outro ponto forte dessa prática é que ela não é restritiva, o que significa que pode ser aplicada a um conjunto diversificado de intervenções planejadas, em diferentes contextos e com um conjunto diversificado de agentes (Vanclay, 2003).

O Instituto para Estudos Ambientais (Institute for Environmental Studies, 1995) definiu uma estrutura que pode ajudar a medição do valor social, uma vez que funciona como as "boas práticas" neste campo. Esta estrutura inclui um conjunto de etapas:

1. Envolvimento de todas as partes interessadas;
2. Identificação de alternativas;
3. Definição de condições de linha de base;
4. Escopo;
5. Projeção de efeitos estimados;
6. Previsão de respostas a impactos;
7. Previsão de impactos indiretos e cumulativos;
8. Mudanças nas alternativas;
9. Plano de mitigação;
10. Plano de monitoramento.

Essa estrutura é apoiada pela definição de avaliação de valor social de Vanclay (2003) como uma forma de “analisar, monitorar e gerenciar as conseqüências sociais intencionais e não intencionais do desenvolvimento”, que exige uma missão bem definida e “uma avaliação sistemática de (...) progressão rumo à missão ”(Forbesm 1998 citado por Koljatic e Silva, 2010). Assim, apenas uma “postura proativa para o desenvolvimento e

melhores resultados de desenvolvimento” (Vanclay, 2003) pode trazer valor às iniciativas sociais.

Em relação a como os impactos sociais são medidos, a próxima seção apresenta e compara algumas das abordagens mencionadas na literatura.

1.2.5 Diferentes abordagens para medir o Valor Social

Existem diversas abordagens e estruturas diferentes para medir o Valor Social (Peattie e Marley, 2008, citado por McLoughlin et al., 2009). Cada uma delas com seus pontos fortes e fracos. Alguns foram adaptados do setor com fins lucrativos, usando medidas financeiras tradicionais, mas ajustados às organizações do Terceiro Setor (Arvidson, Lyon, McKay e Moro, 2010). No entanto, ainda não existe um formato amplamente reconhecido ou “não há método comprovado, código de prática” (Robert e Woods, 2005, citado por Ruebottom, 2011) para avaliar o Impacto Social e o Valor Social criado por essas organizações. Essa lacuna geralmente resulta em comparações inadequadas entre organizações ou mesmo entre projetos.

A partir da literatura, é possível indicar que as ferramentas mais comumente utilizadas (e mencionadas na literatura) são:

1. **Social Return of Investment (SROI):** Estrutura que visa a compreensão e gestão de “como certas atividades podem gerar valor” (Arli e Zappalà, 2009), usando termos monetários para descrever essa geração de valor. Seu principal objetivo é incluir no mercado “tradicional” o que não tem valor de mercado, ou seja, expressar em termos monetários o valor social, econômico e ambiental criado, por atividades / projetos passados ou futuros de uma organização. Uma característica importante dessa abordagem está relacionada à sua capacidade de avaliar o que já aconteceu e o que vai acontecer também (Mulgan, 2010).
2. **Social Accounting and Audit (SAA):** “Análise sistemática dos efeitos de uma organização em suas comunidades de interesse ou partes interessadas, com a participação das partes interessadas como parte dos dados que são analisados para a declaração contábil” (Quarter et al., 2003 citado por Zappalà e Lyons, 2009). Esta exige uma análise completa das diferentes partes interessadas para relatar o que aconteceu dentro de uma organização, com três objetivos: provar, melhorar e contabilizar.

3. **Cost-Benefit Analysis (CBA):** Análise que tem por objetivo concluir sobre a "conveniência" de um determinado projeto (Arvidson, Lyon, McKay e Moro, 2013), comparando os custos e benefícios associados a ele (Tuan, 2008). Se os benefícios do projeto forem mais altos que seus custos, haverá "justificativa econômica para o projeto ir em frente" (Mulgan, 2013).
4. **Best Available Charitable Option (BACO):** Mais estritamente relacionado com o setor sem fins lucrativos, o BACO compara "o mérito prospectivo de uma oportunidade de investimento individual versus fazer uma doação de caridade" (Tuan, 2008). É útil para gerenciar o "capital filantrópico" e informar sobre os investimentos mais eficazes, encontrando uma resposta para a pergunta "para cada dólar investido, quanta produção social gerará ao longo da vida do investimento em relação à melhor opção de caridade disponível?".
5. **Benefit-Cost Ratio (BCR):** Ferramenta diretamente relacionada ao objetivo de mitigação da pobreza (Lopo de Carvalho, 2012). Mais especificamente, ela transforma os resultados dos programas sociais em um "valor monetarizado" relativo à "luta contra a pobreza em uma base contínua para responder à pergunta: quais programas financiar e quanto gastar em cada um?" (Tuan, 2008). De acordo com Tuan (2008), a ferramenta não é realmente usada para decidir onde alocar recursos entre portfólios, em vez disso, "decisões são tomadas sobre concessões individuais, independentemente da carteira de que fazem parte".

Há ainda outras ferramentas que podem ser visto no quadro abaixo:

Métodos de mensuração de impactos (sociais)

1. Acumen Scorecard
2. Atkinsson Compass Assessment for Investors (ACAFI)
3. Balanced Scorecard (BSc)
4. Best Available Charitable Option (BACO)
5. BoP Impact Assessment Framework
6. Center for High Impact Philanthropy Cost per Impact
7. Charity Assessment Method of Performance (CHAMP)
8. Foundation Investment Bubble Chart
9. Hewlett Foundation Expected Return
10. Local Economic Multiplier (LEM)
11. Measuring Impact Framework (MIF)
12. Millennium Development Goal scan (MDG-scan)
13. Measuring Impacts Toolkit
14. Ongoing Assessment of Social Impacts (OASIS)
15. Participatory Impact Assessment
16. Poverty Social Impact Assessment (PSIA)
17. Public Valur Scorecard (PVSc)
18. Robin Hood Foundation Benefit-Cost Ratio
19. Social Compatibility Analysis (SCA)
20. Social Costs-Benefit Analysis (SCBA)
21. Social Cost-Effectiveness Analysis (SCEA)
22. Social e-valuator
23. Social Footprint
24. Social Impact Assessment (SIA)
25. Social Return Assessment (SRA)
26. Social Return on Investment (SROI)
27. Socio-Economic Assessment Toolbox (SEAT)
28. Stakeholder Value Added (SVA)
29. Toolbox for Analysing Sustainable Ventures in Developing Countries
30. Wellventure Monitor

Quadro 2 - Ferramentas de mensuração de Impacto Social (Fonte: Mass, 2009)

Refletindo sobre essas diferentes ferramentas, Millar e Hall (2013) mencionam que o SROI tem sido visto como uma “técnica preferida para medir impacto e resultados” porque parece ser o mais completo e também o mais complexo (Leighton e Wood, 2010), usando a

lógica de outras ferramentas mencionadas, como o método CBA (Millar e Hall, 2013). Também Krlev et al. (2013) comparam o SROI com outras ferramentas através de quatro dimensões diferentes:

1. **Meta:** Métodos de processo, monetização e / ou impacto);
2. **Finalidade:** Monitoramento, relato e / ou avaliação);
3. **Prazo:** Retrospectivo e / ou prospectivo e;
4. **Perspectiva:** Nível micro de indivíduo, nível médio de organização e / ou nível macro da sociedade.

Usando esses critérios, os autores afirmam que SROI se distingue de outras ferramentas, porque é o único que pode assumir simultaneamente todas as características acima. O SROI foca simultaneamente no processo, na monetização e nos impactos, com um triplo propósito de monitoramento, relatório e avaliação.

Devido ao seu potencial, essa tese usará a ferramenta SROI para aplicar ao estudo de caso, como uma forma de medir o valor social criado.

1.3 SROI

1.3.1 O SROI como modelo escolhido

De todas as ferramentas, o SROI é aquele que tem atraído atenção considerável, particularmente no Terceiro Setor. Os motivos principais são por considerar os stakeholders como componentes-chave na definição de resultados, monetizar o Impacto Social e sua proporção final transmitir o valor criado em uma maneira poderosa (Arvidson et al, 2010). Desse modo, responde aos três "papéis" que esse tipo de ferramenta procura responder (Mulgan, 2010):

1. Contabilidade para os stakeholders;
2. Melhoria da gestão interna e;
3. Mensuração do Impacto Social.

A evidência de que seu uso está se tornando mais comum é o fato de que, no Reino Unido, os governos incentivam cada vez mais empresas em áreas sociais a medir seu Impacto Social usando SROI, tornando a técnica uma referência em todo o Reino Unido e também nos EUA (Nicholls, 2009). Além disso, publicações sobre o assunto começaram a ser feitas em outros idiomas (como o francês e o chinês) e foi notado um aumento de

organizações dedicadas ao estudo da metodologia em todo o mundo, como é o caso da SROI Network (Millar e Hall, 2013).

1.3.2 Contexto de seu desenvolvimento

Existem diversos autores que contam (Gair, 2002; Garcia, 2011; Nascimento, 2013; Roux, 2012, entre outros) as origens da metodologia SROI. Ela tem a sua origem no trabalho de Jed Emerson para The Roberts Enterprise Development Fund – REDF, nos EUA. Em 2000, a REDF publicou pela primeira vez a sua metodologia para avaliação de resultados de investimentos sociais que assumiu a designação de Social Return On Investment.

A abordagem SROI foi, a partir de 2004, desenvolvida pela New Economics Foundation, organização situada no Reino Unido. Se tornou então uma abordagem renovada e abrangente que enriqueceu a metodologia do REDF. Em 2007, o gabinete do Terceiro Setor do Governo do Reino Unido e do Escocês encomendaram um projeto para o desenvolvimento de uma metodologia que permitisse às organizações sociais que recorrem a subsídios do governo demonstrar o impacto gerado. A metodologia pretendida deveria ser consistente e verificável.

Isto resultou numa nova revisão, realizada por um consórcio liderado pela SROI Network. A metodologia foi padronizada e se tornou uma abordagem quantitativa consistente que facilita a compreensão no âmbito da gestão de impactos de um projeto, negócio, organização ou política.

A SROI Network é atualmente responsável pela divulgação da metodologia, continuando a promover o seu desenvolvimento, aplicação e divulgação (Roux, 2010; Roux 2012; Roux, 2013 e Garcia, 2011).

Em sua publicação, Roux (2013) se refere ao uso com sucesso do SROI em vários países, tanto em empresas sociais como nas convencionais.

1.3.3 Definindo o SROI

Hugo Narrilos Roux, autor do primeiro doutoramento em nível mundial sobre o SROI ("SROI: a good method to evaluate the social impact of Social Firms."), define a metodologia da seguinte forma (Roux 2010):

“(...) o SROI é um processo de compreensão, medição e comunicação dos valores sociais, ambientais e econômicos criados por uma organização. O método baseia-se na

Análise Custo-Benefício mas distingue-se desta não só porque não é apenas aplicado por agentes externos ao projecto que querem saber se um determinado investimento no projecto é viável ou não, mas também porque é uma ferramenta que tanto gestores do projeto como investidores podem utilizar para tomar as suas decisões baseadas na otimização dos impactos sociais e ambientais do projecto.”

A metodologia SROI é uma medida quantitativa de Impacto Social a partir de um investimento de capital e, além de estar relacionada com os conceitos de Análise Custo-Benefício, também se relaciona com taxa de retorno, mensuração do valor do setor público e avaliação de impacto extra-financeiro. Representa um processo de compreensão, medição e comunicação do Valor Social criado por uma organização. O resultado final da análise é um resumo com os valores importantes relativos ao investimento. A crescente importância do SROI é atribuída a uma nova geração de financiadores e investidores interessados na análise de impactos reais. O SROI é uma linguagem comum, que permite ultrapassar as dificuldades da medição e comunicação dos impactos sociais, económicos e ambientais. Sua premissa é a compreensão do valor monetizado, sob o ponto de vista dos stakeholders (Scholten et al., 2006).

A metodologia SROI baseia-se nos princípios contabilísticos geralmente aceites e nas demonstrações financeiras que complementam com outras ferramentas para demonstração do Valor Social. Os resultados de sua implementação são verificados por organizações independentes para avaliação do desempenho e validação do cumprimento dos objetivos (Roux, 2012).

Além de compreender o que é o SROI, é preciso entender também a definição de análise SROI: “a Análise SROI consiste no processo pelo qual o SROI é calculado (...). É o processo que articula a compreensão contextual de equivalentes monetários, informação qualitativa e histórias, todos relacionados com investimento para alcançar impactos sociais, económicos e / ou ambientais” (Scholten et al., 2006).

1.3.4 O rácio SROI

Como explica Roux (Roux 2010):

“(...) o SROI é uma comparação entre o Valor que se cria numa intervenção e o investimento utilizado para conseguir esse impacto. É também uma forma de compreender e comunicar a criação de valor. Esquemáticamente, para fazer uma análise SROI devemos

conhecer a situação de partida dos stakeholders, encontrar indicadores para descrever a mudança desde a sua situação inicial, e, na medida do possível, utilizar valores monetários para esses indicadores.”

Consequentemente (Roux 2010):

“(...) o SROI mede o valor dos benefícios em relação aos custos aplicados com o objetivo de obter (um resultado) a partir daqueles benefícios ou impactos. Este rácio estabelece o coeficiente entre o Valor Atual Líquido dos Impactos e os Valores Atuais Líquidos do Investimento. Por exemplo, um rácio de 5:1 indica que por cada 1€ de investimento são criados 5€ de valor social.”

$$\text{SROI} = \frac{\text{Valor dos Impactos}}{\text{Valor do Investimento}}$$

Figura 3 - Coeficiente entre Valor dos Impactos e Valor do Investimento (Fonte: Roux, 2010)

1.3.5 Comparando as análises de custo-benefício

Tal como mencionado anteriormente, o grande objetivo do SROI se baseia na Análise do Custo-Benefício e na otimização dos impactos sociais e ambientais do projeto (Roux, 2010). No entanto, apesar do SROI estar inerente ao conceito custo-benefício, há autores que as diferenciam, como Arvidson et al. (2010), que deixa bem claras as diferenças, dividindo-as em quatro áreas:

1. **Stakeholders:** A ênfase dada à importância dos stakeholders no SROI é muito mais forte do que na Análise Custo-Benefício. Por exemplo, a decisão de fechar ou não uma agência postal local. Uma Análise Custo-Benefício pode concluir que os custos de manutenção da estação aberta são maiores que os benefícios em termos de vendas e concluem que o posto deve fechar. Já o SROI avalia o benefício potencial dos residentes locais, como é o caso de um idoso ter um ponto de contato regular e ter uma conclusão diferente. A importância dada às partes interessadas é o ponto-chave da diferença entre as duas análises.

2. **Ferramenta de gerenciamento:** Embora seja mais provável que a Análise Custo-Benefício seja realizada por agentes externos apenas para avaliar a eficácia de uma intervenção ou projeto, o SROI também é visto como uma forma das organizações aprenderem e transferirem seus recursos para áreas de maior impacto.
3. **Comparabilidade:** Ao contrário da Análise Custo-Benefício, que é projetada para comparar a proporção de atividades diferentes, não é recomendado que isso seja feito no caso do SROI, uma vez que a ênfase no engajamento das partes interessadas resulta em um conjunto de indicadores diferentes, tornando sua comparação muito difícil.
4. **Proxies e fundamentos subjacentes:** Além das "ferramentas básicas de economia" usadas pela Análise Custo-Benefício, "os profissionais da SROI desenvolveram bancos de informações de proxy para informar a avaliação de benefícios intangíveis ou outros que são difíceis de avaliar" (Arvidson et al., 2010).

1.3.6 Os princípios do SROI

A metodologia SROI baseia-se em sete princípios que são os seus pilares (Roux, 2012 e Nicholls et al, 2009). Roux (2010) explica cada um para gerar mais clareza:

1. **Envolver os stakeholders:** "Tendo em conta que os stakeholders são aqueles que influenciam ou são influenciados pela atividade da organização, é essencial envolvê-los no processo para saber quais são os seus objetivos e o que esperam da interação com a organização. Para conhecer o impacto total, é necessário fazer uma análise (também denominada "Mapa de Impactos") na qual identificamos as necessidades e objetivos de cada um dos stakeholders."
2. **Compreender o que muda:** "O valor cria-se por e para os diferentes stakeholders como resultado de diferentes tipos de mudança: Na análise deve-se recolher as mudanças positivas e negativas, previstas e imprevistas, e o processo através do qual se chega a estas mudanças."
3. **Valorizar o que interessa / o que é relevante:** "Este princípio faz referência ao fato de que se deve usar aproximações de valor (em inglês, proxies) para que o valor que não está reconhecido se reconheça, e dar voz àqueles que estão excluídos dos mercados mas que são afetados pelas atividades dos mesmos. Em teoria, este reconhecimento de valor poderia influenciar o equilíbrio atual dos stakeholders."

4. **Incluir apenas o que é material:** “No sentido em que a omissão desta informação pode ter potencial para afetar a leitura do relatório SROI ou as decisões dos stakeholders. Devem assim incluir a informação certa e adequada de forma a que os stakeholders possam tirar as suas conclusões sobre o impacto.”
5. **Não reivindicar demasiado:** “A organização só deve reivindicar o valor que contribuiu para criar. Para isso, os outcomes devem ser depurados com os 4 conceitos: Displacement, Deadweight, Attribution e Drop-off.”
6. **Ser transparente:** “A análise deve ser feita com precisão e honestidade para posteriormente informar os stakeholders dos resultados. Este ponto supõe que cada decisão relativa aos seguintes pontos deve ser explicada e documentada:
 - Os stakeholders, mudanças, indicadores e benchmarks;
 - As fontes e métodos de recolhimento de informação;
 - Os diferentes cenários considerados;
 - A comunicação dos resultados aos stakeholders.

Adicionalmente, a análise incluirá informação sobre como é que os gestores deveriam modificar a atividade da organização, como consequência da análise SROI.”

7. **Verificar o resultado:** “Assegurar-se da verificação independente do resultado, pois o método de análise do circuito de criação de valor não está isento de subjetividade. Desta forma, os stakeholders asseguram-se que as decisões que a organização toma como consequência da análise são razoáveis.”

Por outro lado, Agustín Huete García (2014), de acordo com a ECODES Alter Civites (2012) já tem uma opinião similar, mas com algumas alterações, e estabelece que são seis os princípios fundamentais na realização de uma análise SROI:

1. Participação dos stakeholders;
2. Criação de um Mapa de Impacto para apurar o grau de relação entre os recursos alocados e o retorno;
3. Reconhecimento dos limites dos impactos de um programa/organização;
4. Incluir apenas os impactos significativos na análise;
5. Atribuição de valores económicos a todos os resultados para assegurar a inclusão de todos os temas relevantes para os stakeholders;
6. Transparência na base metodológica da análise.

1.3.7 Benefícios do SROI

Na literatura do SROI, diversos autores apresentam benefícios da utilização da metodologia. Começamos por Roux (Roux, 2012) que alega que os benefícios para as empresas são:

1. **Comunicação:** Ao gerar informação qualitativa e quantitativa, ajuda a empresa a se comunicar com os stakeholders;
2. **Decisões mais eficazes:** Já que ajuda a empresa a revelar onde está a criar valor, o SROI informa onde atuar para aumentar ou diminuir certas atividades;
3. **Concentrar-se no que é importante:** Permite que a empresa se concentre nos impactos críticos;
4. **Mentalidade investidora:** Permite que a empresa passe a considerar que qualquer empréstimo ou doação é uma forma de investimento e não um subsídio;
5. **Transparência na Gestão:** Ao comunicar com os stakeholders, estes podem influenciar a gestão da empresa e a gestão da mesma poderá estar mais focalizada no atendimento das suas necessidades.

Nicholls, complementando as vantagens acima, apresenta termos mais esquemáticos e pormenorizados:

- “Facilita as discussões estratégicas e ajuda a entender e maximizar o valor social que uma organização cria;
- Ajuda a distribuir os recursos na gestão de resultados inesperados, tanto positivos como negativos;
- Demonstra a importância de trabalhar com organizações e recursos humanos que contribuem para levar a cabo a mudança pretendida;
- Ajuda uma organização a maximizar o valor social identificando os objetivos da organização e dos stakeholders;
- Ajuda a estabelecer um diálogo com os stakeholders com o intuito de integrá-los na criação de valor social;
- Melhora o profissionalismo e a visibilidade da organização;
- Pode ser uma ajuda importante para facilitar a entrada de investidores sociais no projecto;

- Pode melhorar a imagem da organização nas licitações ou concursos públicos.”

Os benefícios do SROI se mostram mais óbvios se os relacionarmos aos sete princípios da ferramenta, mencionados anteriormente (Zappalà e Lyons, 2009 e Nicholls et al., 2009). O SROI envolve todas as partes interessadas que experimentam a mudança. Mais do que tentar entender suas perspectivas, também requer que entendam o que muda. Esse segundo princípio é refletir sobre como a mudança acontece e a consequente coleta de informações para evidenciá-la (Nicholls et al., 2009). Além disso, é útil ser crítico na análise não apenas das mudanças positivas e pretendidas, mas também das mudanças negativas e não intencionais.

Como qualquer análise SROI, deve valorizar o que importa e incluir apenas o que é material. O benefício disso é a probabilidade de obter uma imagem mais real, facilitando as decisões dos financiadores ou, pelo menos, fornecendo informações coerentes para apoiar o investimento decisões. Na verdade, o processo de monetização fornece uma linguagem comum, facilmente compreendida e reconhecida pelas organizações e partes interessadas. Ao incluir apenas o que é material - e por material entende-se a “avaliação de se uma pessoa tomaria uma decisão diferente se uma determinada informação fosse excluída” (Nicholls et al., 2009) - ajuda a manter o foco no que é importante para o monitoramento contínuo das atividades (SVA, 2002).

Os princípios de não reclamar e ser transparente também são importantes para garantir a precisão e a honestidade do processo (Zappalà e Lyons, 2009). Isso também afeta a comunicação com as partes interessadas, garantindo que os resultados sejam devidamente relatados e discutidos com elas (Nicholls et al, 2009). O último princípio - verificar os resultados - destaca a importância para depois das etapas de planejamento e implementação, para realizar um processo de controle adequado e independente, a fim de avaliar todo o processo.

A partir da literatura e da pesquisa realizada nesse campo, a importância do SROI depende de sua capacidade de fornecer benefícios para as próprias organizações, tanto interna quanto externamente.

Em relação à função de planejamento, o SROI apoia o design de opções organizacionais estratégicas (Lingane e Olsen, 2004), uma vez que se concentra em que questões “podem mudar ou melhorar no futuro” (SVA, 2002), não apenas para melhorar o

valor criado, mas também para melhorar o desempenho da organização ao longo do tempo, sempre alinhado com seus objetivos estratégicos. Em sua função de gerenciamento, o SROI controla a “gestão operacional em andamento e decisões de capital” (Lingane e Olsen, 2004). De acordo com a literatura, ele é usado para controlar previsões, melhorar o desempenho de uma organização, ajustar o gasto e o limite de envolvimento em uma determinada atividade / projeto se não for mais lucrativo (Arli e Zappalà, 2009) para facilitar a alocação de recursos (Ryan e Lyne, 2008), e também para facilitar os processos de tomada de decisão (Zappalà e Lyons, 2009). Com a sua função de avaliação, a SROI também procura avaliar a eficiência e a eficácia dos investimentos realizados, tanto em termos monetários como não-monetários. Essa fase de avaliação deve impulsionar mudanças reais (Nicholls et al, 2009) na maximização do valor social e também no nível organizacional. Através de um trabalho organizacional otimizado, a ideia é refletir, através dos resultados gerais do SROI, o que deu errado e o que poderia ser melhorado, alimentando “diretamente o planejamento estratégico que a organização realiza” (SVA, 2002).

1.3.8 Etapas do SROI

Uma análise SROI, de acordo com os parâmetros da The SROI Network, envolve seis etapas que integram a construção do mapa de impacto (Roux, 2012 e Nascimento, 2013). De acordo com a Consultora 4Change (2014): “O índice SROI é o ponto de chegada de um processo exigente, que comporta seis etapas:

1. **Mapear a intervenção**, ou seja, estabelecer o escopo e identificar os stakeholders. É de suma importância entender os limites em relação ao que a análise irá cobrir, quem estará envolvido no processo e como.
2. **Identificar recursos e atividades**. É preciso mapear os resultados. Um mapa de impacto (ou uma cadeia de criação de impacto) será desenvolvido a partir de seu envolvimento com os stakeholders, e este documento demonstrará a relação entre entradas, saídas e resultados.
3. **Demonstrar mudanças e valor**. Aqui é preciso encontrar dados para demonstrar se os resultados aconteceram, atribuindo a eles um valor.
4. **Apurar o impacto**. Após coletar as evidências sobre os resultados, atribuindo-lhes valor monetário, são eliminados da análise os aspectos da mudança que teriam acontecido de qualquer maneira ou que sejam o resultado de outros fatores.

5. **Calcular o SROI.** A soma de todos os benefícios, subtraindo-se qualquer impacto negativo e comparando o resultado final com o investimento feito. É o ponto no qual a sensibilidade dos resultados pode ser testada.
6. **Comunicar e Integrar.** O último estágio (de suma importância e facilmente esquecido) envolve compartilhar os resultados com os stakeholders e reagir a eles, incorporando processos com bons resultados e a verificação deles. (CABINET OFFICE, 2012).

O quadro 3 faz uma síntese dos estágios e princípios do SROI.

Os estágios da avaliação SROI	Os princípios SROI
Estabelecer o escopo e definir os stakeholders	Envolver os stakeholders
Mapear os resultados	Entender o que mudou
Identificar os resultados e atribuir valores	Valorizar as coisas que importam
Demonstrar o impacto	Incluir apenas o que é material ; Não reivindicar em excesso
Calcular o SROI	Ser transparente
Reportar, utilizar e incorporar	Verificar o resultado

Quadro 3 - Resumo dos estágios e princípios do SROI (Fonte: Fabiany e Kisil, 2016)

1.3.9 Cadeia de criação de impacto

Como visto anteriormente, a etapa dois do SROI consiste em um mapa de impacto, ou seja, uma cadeia de criação de impacto (Impact Value Chain em inglês). É uma ferramenta necessária para apurar o índice SROI, segundo Roux (2010), que descreve toda a atividade da organização. Essa cadeia demonstra a criação de valor para uma comunidade a partir do que é investido, com base na relação entre: inputs, atividades, outputs, outcomes, impactos, valor monetário dos impactos e o rácio SROI (Roux, 2012).

É importante definir cada um desses conceitos que compõem esta cadeia, para entendermos sua lógica. Vamos pela definição de Roux (2010):

- **“Inputs:** São os recursos necessários para poder levar a cabo a atividade. Podem ser recursos monetários, humanos, locais, etc.
- **Atividades:** Como o seu nome indica, são as actividades que a organização leva a cabo. Podem ser tão variados como cursos de formação, recolha de resíduos ou venda de artesanato.
- **Outputs:** São os produtos da actividade da empresa que são passíveis de serem medidos. Por exemplo: o número de pessoas que assistiram a um curso de formação.
- **Outcomes:** mudanças operadas nos sistemas sociais. Se o objetivo do curso de formação fosse dos participantes conseguirem um emprego, o outcome seria o número de pessoas formadas que teria conseguido um emprego.
- **Impactos:** São os resultados atribuíveis diretamente à organização.”

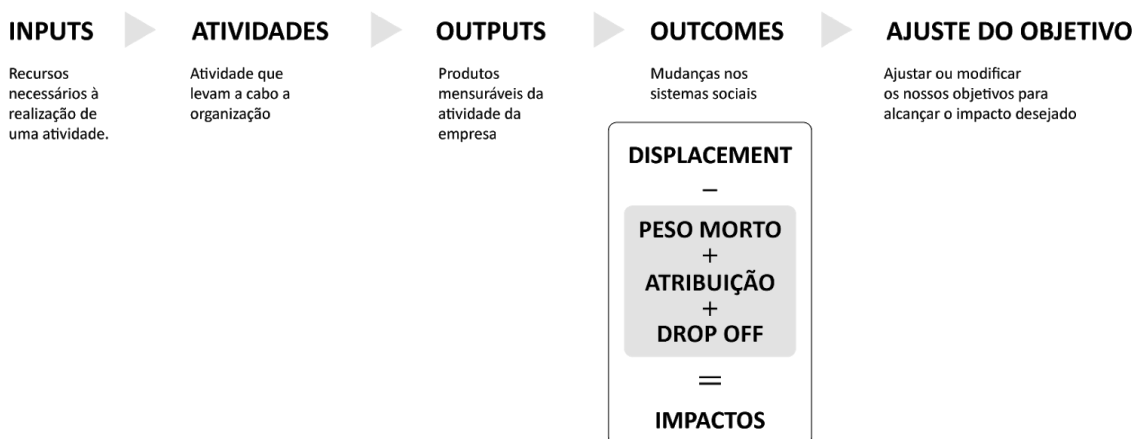


Figura 4 - Cadeia de Criação de Impacto (Fonte: The SROI Network, 2012)

Para se chegar aos impactos, é preciso subtrair os outcomes, tendo em conta o que não foi produzido pela organização. Impacto é apenas aquilo que foi criado por ela. A depuração dos outcomes ocorre a partir de 4 conceitos essenciais (Nicholls 2009):

- **“Displacement:** Consiste no estudo de que percentagem de outcomes surgiram como consequência de outros outcomes. Por exemplo, se um grupo com o qual a organização trabalha (ex: excluídos sociais a quem entregamos materiais de higiene e que acabam conseguindo um emprego) consegue um emprego à custa de outro

potencial trabalhador, a quantificação desta situação terá que ser tomada em conta e subtraída, o que resultará num menor impacto.

- **Peso Morto (deadweight):** Analisa se os outcomes aconteceriam mesmo que a atividade não tivesse sido posta em prática.
- **Atribuição (attribution):** É a percentagem de outcomes que não é atribuível à gestão da organização em causa. Por exemplo, se a organização recebe ajuda de uma fundação para recrutar pessoas enquadradas no escopo das que ajudamos, esta circunstância deverá ser subtraída do outcome.
- **Drop off:** É a deterioração de um outcome com a passagem do tempo. Pode suceder com aqueles outcomes que duram mais de um ano.

No final desta etapa devemos proceder ao “**ajuste do objetivo**”, que consiste em ajustar ou modificar os nossos objectivos para conseguir o impacto desejado.

1.3.10 Limitações e ambições

Apesar de ser uma estrutura holística e integrativa, o SROI também é um “processo difícil com vários desafios” (Mulgan, 2013).

A restrição mais evidente está relacionada à sua complexidade (Mulgan, 2013). Em primeiro lugar, é uma ferramenta muito específica que exige que as pessoas sejam treinadas em habilidades específicas (Arvidson et al., 2013 e SVA, 2002), tais como habilidades contábeis ou experiência no envolvimento de stakeholders (Nicholls et al., 2009). Essa complexidade é ainda mais crítica se uma organização está apenas começando a mensuração do valor social.

Em segundo lugar, a complexidade do mundo real torna difícil descrever e monetizar problemas reais. Segundo Mulgan (2013), existem “dificuldades inerentes de dar expressão matemática à complexidade do comportamento humano”.

Finalmente, o autor também aponta a possibilidade de essa abordagem limitar a inovação dentro das organizações, porque pode levar a um foco especial em “métricas fáceis para o sucesso” (Mulgan, 2013). Essa complexidade está diretamente relacionada à quantidade de tempo e dinheiro necessários para realizar uma análise SROI (Zappalà e Lyons, 2009; Gair, 2009 e SVA, 2002). Esses custos podem ser incorridos para fins de treinamento (Leighton e Wood, 2010) ou em tempo gasto para realizar a análise.

Segundo Nicholls et al. (2009), o tempo despendido varia de acordo com a finalidade do SROI (se externa ou interna), a disponibilidade (ou não) de informação sistematizada e o nível de desenvolvimento de capacidades internas (conhecimento técnico, sistemas de informação e assim por diante) para realizar uma análise SROI de maneira eficaz. Considerando isso, também é importante mencionar que o tamanho da organização tem relevância (Millar e Hall, 2013), no sentido de que organizações maiores terão mais recursos disponíveis (financeiros ou não) para conduzir uma análise SROI.

A quantificação é outra questão frequentemente mencionada na literatura (Lingane e Olsen, 2004 e Mulgan, 2010), tanto ao nível dos insumos, como de benefícios (Nicholls et al., 2009). O processo de "transformação" não é fácil, porque muitas vezes os resultados (Sheridan, 2011) são sobre sentimentos e outras questões intangíveis, difíceis de identificar e quantificar (Nicholls et al., 2009). Este requisito para quantificar é frequentemente responsável por uma monetização inadequada porque às vezes é impossível “reduzir significativamente [impactos sociais] apenas a termos monetários” (Lingane e Olsen, 2004). Associado à questão da quantificação, suposições são feitas (Millar e Hall, 2013). Como variam de acordo com cada situação, as comparações entre projetos e organizações são inadequadas (Lingane e Olsen, 2004). De fato, a “qualidade das suposições feitas” (Arli e Zappalà, 2009), o tempo necessário para criá-las e as proxies financeiras usadas provavelmente não serão as mesmas de um projeto para outro. Como ainda existem grandes variações na forma como cada organização relata seus impactos, isso também contribui para a dificuldade de fazer comparações externas (Arli e Zappalà, 2009).

De acordo com Hugo Narrillos Roux (2010), existem algumas desvantagens na metodologia, como:

- O custo de implementação, se comparado com os recursos da organização (em caso dela já ter um sistema de informações e recolhimento de dados);
- Uma análise SROI não é utilizada para fazer comparações entre os projetos, a menos que estes estejam no mesmo setor e tenham características muito semelhantes;
- Os resultados são baseados em pressupostos que são subjetivos. Se os pressupostos variam ao longo do tempo ou não são devidamente registrados, os resultados serão distorcidos;
- As Taxas de Retorno que se aplicam aos fluxos obtidos pelo projeto através de um SROI prospectivo são subjetivas.

Portanto, para aqueles envolvidos no cálculo da relação SROI, há um conjunto de limitações associadas. Essas limitações são ainda mais proeminentes para pequenas organizações, experimentando grandes pressões em termos de recursos financeiros e de tempo. Todavia, há também um conjunto de ambições claras que podem ajudá-las a melhorar suas habilidades de gerenciamento estratégico e sua responsabilidade pelas partes externas também. Isto suporta as duas principais perspectivas sobre as quais podemos procurar como ferramenta SROI:

1. A perspectiva de responsabilização e;
2. A gestão estratégica.

Na verdade, o SROI tem muito mais potencial do que apenas fornecer uma proporção para as partes interessadas (ou seja, ser uma ferramenta de responsabilização) e também pode ser útil para fins internos. O SROI é apenas um meio, não um fim em si mesmo, o que significa que podem haver mais ambições além das responsabilidades.

1.4 Agenda 2030

1.4.1 O que é

Em setembro de 2015, líderes mundiais reuniram-se na sede da ONU, em Nova York, e decidiram um plano de ação para erradicar a pobreza, proteger o planeta e garantir que as pessoas alcancem a paz e a prosperidade: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, a qual contém o conjunto de 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) divididos em 169 metas de atuação.

A Agenda 2030 e os ODS afirmam que para pôr o mundo em um caminho sustentável é urgentemente necessário tomar medidas ousadas e transformadoras. Os ODS constituem uma ambiciosa lista de tarefas para todas as pessoas, em todas as partes, a serem cumpridas até 2030. Se cumprirmos suas metas, seremos a primeira geração a erradicar a pobreza extrema e iremos poupar as gerações futuras dos piores efeitos adversos da mudança do clima (Agenda 2030, 2019).

1.4.2 Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Objetivo 1: Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;

Objetivo 2: Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável;

Objetivo 3: Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;

Objetivo 4: Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;

Objetivo 5: Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;

Objetivo 6: Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos;

Objetivo 7: Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todos;

Objetivo 8: Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos;

Objetivo 9: Construir infra-estruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;

Objetivo 10: Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles;

Objetivo 11: Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;

Objetivo 12: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;

Objetivo 13: Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos (reconhecendo que a Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima [UNFCCC] é o fórum internacional intergovernamental primário para negociar a resposta global à mudança do clima);

Objetivo 14: Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;

Objetivo 15: Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade;

Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis;

Objetivo 17: Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

CAPÍTULO 2 - OBJETIVOS

2.1 O problema

Organizações sem fins lucrativos costumam, especialmente no Brasil, ter problemas envolvendo escassez de recursos. Para que possam sobreviver e prosperar, sua gestão deve ser eficaz. Todavia, como verificar esta eficácia? Na literatura encontramos autores que demonstram a falta de indicadores de desempenho para esse tipo de organização, o que se torna um enorme problema na hora de demonstrar seu valor e conseguir recursos externos.

Dessa forma, como a metodologia SROI pode ser um agente auxiliar na mensuração do desempenho nessas organizações?

2.2 Objetivo geral

O objetivo geral da presente tese consiste em analisar o SROI como metodologia para a medição do impacto social de projetos e justificação de investimentos, aplicando-o no projeto Mini Gentilezas, que é organizado e gerido de maneira completamente digital, usando metodologias de Design Management.

2.3 Perguntas de investigação

- É possível definir o retorno social de um projeto através da metodologia SROI?
- O projeto Mini Gentilezas é um projeto que agrega valor para a sociedade?

2.4 Justificativa

Em um contexto em que o Brasil se encontra em uma crise econômica, é vital para organizações sem fins lucrativos poder mostrar os valores que estão criando. Isso acontece pela necessidade de investimentos externos que são extremamente limitados. Os investidores privados sentem que precisam investir seu dinheiro nos projetos que demonstram o maior impacto possível. Todavia, demonstrar esse impacto de forma quantitativa, quando falamos de projetos sociais, não é uma tarefa simples.

A este respeito, a medição do valor social tem sido um tema que tem sido estudado por alguns autores. Existem muitas ferramentas de medição de impacto social, mas como nem todas foram bem-sucedidas em sua aplicação, apenas algumas ferramentas foram desenvolvidas pelos principais pesquisadores da área. Um desses lotes restritos foi o Social Return on Investment (SROI), método descrito acima, desenvolvido pelo Roberts Enterprise

Development Fund e que recebeu ênfase especial nos Estados Unidos da América (EUA) e no Reino Unido (Reino Unido).

Para um projeto como o Mini Gentilezas, organizado com base em metodologias de Design Management, que necessita de investimentos para o futuro, estudar essa metodologia em questão e aplicá-la no projeto ganha uma enorme importância para a comprovação de seu valor para a sociedade, sua sobrevivência e expansão, além de contribuir para outros projetos que se vejam na mesma situação.

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA

3.1 Fundamentação

O objetivo do trabalho científico é contribuir para a produção do conhecimento científico, e é através da investigação, desenvolvida ao longo de diversas etapas, que culmina com a publicação de resultados, para o conhecimento da realidade. Segundo Godoy (1995), a pesquisa é um “esforço cuidadoso para a descoberta de novas informações ou relações e para a verificação e ampliação do conhecimento existente”. Ela é o caminho a ser seguido para alcançar as respostas, obedecendo a princípios, normas e técnicas (Santos, 2012).

Podemos ainda citar Sousa e Baptista (2011), que consideram que a investigação é um processo sistemático, pautado pelo rigor, no sentido da estruturação do conhecimento.

3.2 Caracterização da pesquisa

De acordo com Joana Dâmaso Ferreira (2013), existem dois métodos diferentes de caracterização: Quantitativos e qualitativos. A quantitativa compreende uma investigação com recolha e obtenção de dados, participação ativa do investigador e interação com os investigados, enquanto a qualitativa está relacionada com fenômenos e explicações para os mesmos.

Com o objetivo de medir o retorno social do que é investido no projeto, foi escolhida a pesquisa quantitativa, uma vez que toda a informação foi recolhida com base em conversas e relatórios. Segundo Godoy (1995), a pesquisa quantitativa é aquela em que o pesquisador conduz o seu trabalho a partir de um plano previamente estabelecido, “com hipóteses claramente específicas e variáveis operacionalmente definidas”.

Além disso, a pesquisa escolhida foi a exploratória. Ela estabelece critérios, métodos e técnicas para a elaboração de uma pesquisa e visa oferecer informações sobre o objeto desta e orientar a formulação de hipóteses (Cervo, A. L. & Silva, R. 2007).

Nas atividades exploratórias concentram-se as importantes descobertas científicas, muitas originadas pelo acaso quando da constatação de fenômenos ocorridos durante experimentos em laboratórios.

A pesquisa exploratória visa à descoberta, o achado, a elucidação de fenômenos ou a explicação daqueles que não eram aceitos apesar de evidentes. A exploração representa,

atualmente, um importante diferencial competitivo em termos de concorrência (Gonçalves, 2005).

Quanto a seu enquadramento, a pesquisa é documental, consultando dados do projeto e da ONG responsável. Santos (2012) afirma que a pesquisa documental é aquela realizada com base em documentos que não receberam tratamento de análise e síntese.

3.3 Estratégia de investigação

3.3.1 Estudo de caso

A presente dissertação consiste no estudo de um caso específico, e por isso, a forma como são formuladas as perguntas de investigação é essencial (Yin, 1994). Yin (2012) diz que o estudo de caso é o método de investigação mais eficaz quando o objetivo é analisar uma situação real e atual, uma vez que descreve e explica detalhadamente todas as características do caso.

Para Gama (2009), um bom estudo deve conter:

- Visão geral do projeto de investigação;
- Práticas na recolha de informação;
- Perguntas que respeitem os objetivos do investigador;
- Guia para o relatório final do estudo de caso que respeite a estrutura e o formato da apresentação.

Gama (2009) também diz que é essencial seguir seis etapas:

- Desenho da investigação;
- Objetivo do estudo e marco teórico;
- Definição do caso e da unidade de análise;
- Recolha da informação;
- Análise da informação;
- Conclusões e validação científica.

3.3.2 SROI

Todavia, apesar de recorrer ao Estudo de Caso como metodologia, a presente tese foca no estudo do SROI , análise desenvolvida por Roberts Enterprise Development Fund e

expresso na publicação “A guide to Social Return on Investment” (Nicholls J., Lawlor E., Neitzer E. e Goodspeed T., 2009).

Esta análise é composta cinco etapas para chegar a um resultado final. São elas:

1ª Etapa: Identificar os stakeholders;

2ª Etapa: Mapear resultados;

3ª Etapa: Evidenciar resultados e dar valor a eles;

4ª Etapa: Estabelecer o valor do impacto;

5ª Etapa: Calcular o SROI.

A 6ª etapa de comunicar aos stakeholders será feita como próximos passos, após a finalização da presente tese.

3.3.3 Método de recolha e análise de dados

O Estudo de Caso permite ao investigador uma recolha de informação a partir de seis fontes diferentes:

- Documentação;
- Registos em arquivo;
- Entrevistas;
- Observação direta;
- Observação de participante;
- Artefactos físicos.

Considerando o projeto estudado, sua natureza, limitações e objetivos, foram consideradas três fontes de recolha de dados, as quais são apresentadas no quadro 4 com suas forças e fraquezas:

Fonte	Forças	Fraquezas
Documentação	- Pode ser revista repetidamente; - Não foi criada como resultado de estudo de caso; - Contém nomes, referências e detalhes exatos de um evento; - Espaço temporal longo, muitos eventos, muitos ajustes.	- Recuperação - pode ser lenta; - Seletividade enviesada se a colheita de dados for incompleta; - Relatório enviesado - reflete enviesamento (desconhecido) do autor; - Acesso - pode ser deliberadamente perigoso.
Registros em arquivo	- Forças idênticas às da documentação; - Precisa e quantitativa;	- Fraquezas idênticas às da documentação; - Acessibilidade devido a razões de privacidade.
Entrevistas	- Direcionada - foca diretamente o tema do caso de estudo; - Esclarecedora – fornece inferências causais.	- Enviesamento dadas questões fracamente construídas; - Respostas enviesadas; - Imprecisões originadas por más interpretações; - O entrevistado responde o que o entrevistador quer ouvir.

Quadro 4 - Fontes de recolha de dados com suas forças e fraquezas.

CAPÍTULO 4 - ESTUDO DE CASO: MINI GENTILEZAS

4.1 Introdução

O Mini Gentilezas é um projeto da ONG Argilando. Seu principal objetivo é recolher itens de higiene pessoal, em miniaturas, para ajudar projetos que dão apoio a pessoas em situação de rua.



Figura 5 - Proposta do projeto Mini Gentilezas (Fonte: Mini Gentilezas, 2019)

Através de uma ação de voluntariado no projeto 365 Dias de Agir da ONG Argilando, surgiu a ação que veio a se tornar o projeto Mini Gentilezas, feita por Israel Mesquita e Karina Rocha. Para contextualizar, o projeto 365 Dias de Agir convida voluntários a realizarem uma ação em um dia no ano, e juntos preenchem um calendário de 365 dias ininterruptos de boas ações. Inicialmente era apenas uma peça publicitária, inspirada na iniciativa do grupo Contagiados pelo Bem, com o simples objetivo de divulgar o valor das miniaturas de produtos de higiene para as pessoas em situação de rua.

A proposta ganhou adeptos e se consolidou como um projeto com foco na doação das miniaturas dos produtos de higiene pessoal disponibilizados em viagens de avião e nos hotéis, juntamente com as doações de outros itens de higiene.

O projeto Mini Gentilezas realiza a arrecadação, mobilização de doadores, voluntários e instituições, organiza a logística e cria novos pontos de coleta para o projeto estar sempre crescendo podendo ajudar a mais pessoas. Todo esse processo é feito de forma inteiramente online, com metodologias de Design Management, como Marketing Estratégico, com foco em redes sociais, Team Building para organizar as equipes de voluntariado, Branding para a criação e gestão da identidade visual, Service Design para o

desenvolvimento do projeto como um serviço social e Business Design para programar sua expansão.

Os pontos de coleta são casas ou locais de trabalho de voluntários, onde as pessoas podem deixar suas doações. A partir daí é feita a triagem dos itens em condições de uso e o repasse para instituições e iniciativas, cadastradas no projeto como Parceiros Mini. Estes fazem a entrega para aqueles que estão na rua. Entre os produtos mais arrecadados estão as miniaturas de shampoo, condicionador e sabonete, mas há ainda uma grande demanda por escovas e pastas de dente, hidratante, absorvente, desodorante e barbeador descartável.

O projeto combate as desigualdades através de um amplo processo de conscientização e empatia para com as pessoas em situação de extrema vulnerabilidade, em situação de rua, invisíveis que, se tornam visíveis, tendo em conta os diferentes níveis de desenvolvimento e participação, além de reconhecer a dignidade da pessoa humana como fundamental.

Compartilha da premissa de que toda a vida pode prosperar. Atuando, mesmo que, de forma diminuta frente às demandas, para com aos cuidados de saúde e proteção social, onde o bem-estar físico, mental e social está assegurado através da coparticipação de seus atores (doadores, voluntários e parceiros).

O Mini Gentilezas trata, para além dos cuidados de uma melhor higiene, de acolhimento, de saúde pública, de respeito aos direitos humanos e reconhecimento da dignidade humana, contribuindo para a prosperidade compartilhada.

Além disso, abre espaço para o investimento de pessoas e organizações, atuando sobre os conceitos de responsabilidade social individual e coletiva, em que sejam atendidas as necessidades das pessoas mais vulneráveis.

4.2 A ONG Argilando

A Argilando é uma organização não governamental que existe para promover o voluntariado e apoiar a gestão de projetos sociais de outras organizações.

Tem como propósito disseminar o voluntariado junto de pessoas com diferentes experiências, talentos e expectativas, colocando-as em contato com as ações sociais por meio de programas específicos, unindo voluntários, instituições, empresas e órgãos

governamentais em torno de interesses comuns, transformando necessidades sociais em oportunidades de participação solidária.

Oferecem treinamentos e metodologias a todos os interessados em fazer um trabalho social ou colocar uma boa ideia em prática.

Para a Argilando, mobilizar pessoas e apoiar outras instituições é a melhor forma de fortalecer a sociedade. Dessa maneira, atuam de forma participativa em ações de outras organizações, realizando projetos sociais e programas de voluntariado.

Acreditam que todos são capazes de ser agentes de transformação das pessoas e do espaço que as cerca.

Sua sede administrativa é no Rio de Janeiro/RJ, porém está espalhada pelo mundo através de seus embaixadores – voluntários que estão em diferentes estados e países realizando ações capazes de transformar o mundo de alguém.

Missão: Sensibilizar, intervir e mobilizar o engajamento comunitário, empresarial e governamental do desenvolvimento socioeconômico da sociedade civil. Nossa proposta é multiplicar oportunidades de intervenção social através das seguintes ações:

- Compreender a cultura do voluntariado valorizando o contexto da Responsabilidade Individual;
- Disseminar a prática do voluntariado;
- Apoiar o desenvolvimento e a gestão de outras organizações;
- Contribuir com experiências e reflexões no processo de desenvolvimento socioeconômico sustentável.

Visão: Ser uma organização sólida, sustentável, de referência nacional, disseminadora de fortes alianças que contribuam para o desenvolvimento socioeconômico do país.

Valores: Atitude, comprometimento, esperança, responsabilidade, solidariedade e união.

4.3 Propósito

Como a causa em torno do voluntariado e do apoio à gestão de outras instituições é a temática central da Argilando, o projeto Mini Gentilezas vem para potencializar a construção e formação de novas pontes unindo voluntários, instituições, iniciativas

populares, empresas e órgãos governamentais em torno de interesses comuns, transformando necessidades sociais em oportunidades de participação solidária.

4.4 Números

No mês de maio de 2019, o Mini Gentilezas contabilizou os seguintes números:

- **1.084.665 itens** doados;
- Presença em **19 estados** do Brasil, mais o Distrito Federal;
- Presença em **79 cidades** do Brasil;
- Presença em **6 países**;
- **250 pontos de coleta** voluntários;
- **102 instituições beneficiadas**, sendo **68 parceiros fixos**;
- Aproximadamente **124.474 atendimentos**.

Nos anexos (desta tese, é possível encontrar as tabelas com todas as arrecadações feitas durante os três anos de projeto.

Na figura 6, é possível ver com mais detalhes os números totais do projeto:



Figura 6 - Infográfico de resultados do projeto Mini Gentilezas (Fonte: Mini Gentilezas, 2019)

4.5 Benefícios

O surgimento do projeto Mini Gentilezas veio carregado de benefícios, tanto para as pessoas em situação de rua, quanto para os projetos que são auxiliados, para ONG Argilando e para a sociedade. Vale destacar:

- Redução dos níveis de estresse e infelicidade das pessoas em situação de rua;
- Aumento da chance de saída da situação de rua, pela possibilidade de conseguir emprego;
- Para os Parceiros Mini, o foco do orçamento pode ser destinado em outros benefícios a população em situação de rua, como comida, roupas, etc;
- Para a ONG Argilando, maior visibilidade para a existência de seus outros projetos.

4.6 Objetivos de desenvolvimento sustentável

O Mini Gentilezas está em sinergia com os seguintes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável propostos pela Agenda 2030 da ONU (objetivos/metasp na íntegra e mais detalhes nos anexos desta tese):

Objetivo 1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares

1.3 Implementar, em nível nacional, medidas e sistemas de proteção social adequados, para todos, incluindo pisos, e até 2030 atingir a cobertura substancial dos pobres e vulneráveis.

1.4 Até 2030, garantir que todos os homens e mulheres, particularmente os pobres e vulneráveis, tenham direitos iguais aos recursos econômicos, bem como o acesso a serviços básicos, propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, herança, recursos naturais, novas tecnologias apropriadas e serviços financeiros, incluindo microfinanças.

1.5 Até 2030, **construir a resiliência dos pobres e daqueles em situação de vulnerabilidade, e reduzir a exposição e vulnerabilidade** destes a eventos extremos relacionados com o clima e outros choques e **desastres econômicos, sociais** e ambientais.

1.a Garantir uma **mobilização significativa de recursos** a partir de uma variedade de fontes, inclusive por **meio do reforço da cooperação** para o desenvolvimento, para proporcionar meios adequados e previsíveis para que os países em desenvolvimento, em

particular os países menos desenvolvidos, implementem programas e políticas para acabar com a pobreza **em todas as suas dimensões**.

1.b Criar **marcos políticos sólidos** em níveis nacional, regional e internacional, com base em estratégias de desenvolvimento a favor dos pobres e sensíveis a gênero, para **apoiar investimentos acelerados nas ações de erradicação da pobreza**.

Pontos chaves:

- Construir a resiliência dos pobres e daqueles em situação de vulnerabilidade, e reduzir a exposição e vulnerabilidade;
- Desastres econômicos e sociais, tal como a incapacidade de soluções em habitação e assistência a pessoa em situação de rua;
- Mobilização significativa de recursos – considerando os recursos humanos, por meio do voluntariado doação de tempo e trabalho; material: produtos e serviços, tal como cessão de espaços e afins; financeiros: despesas de deslocamento e custos fixos, absorvidos, cada qual em conformidade com o envolvimento e proporção de participação nos processos de logística.
- Meio do reforço da cooperação, claramente fomentado pelo programa.
- Marcos políticos sólidos em níveis nacional, regional e internacional, uma vez identificado na capilaridade do programa, adotada o conceito político que cabe a sociedade civil organizada.

Objetivo 3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades.

3.4 Até 2030, reduzir em um terço a mortalidade prematura por doenças não transmissíveis via prevenção e tratamento, e promover a saúde mental e **o bem-estar**.

3.8 Atingir a cobertura universal de saúde, incluindo a proteção do risco financeiro, o acesso a serviços de saúde essenciais de qualidade e o acesso a medicamentos e vacinas essenciais seguros, eficazes, de qualidade e a preços acessíveis para todos.

3.9 Até 2030, reduzir substancialmente o número de mortes e doenças por produtos químicos perigosos, contaminação e poluição do ar e água do solo.

3.d Reforçar a capacidade de todos os países, particularmente os países em desenvolvimento, para o alerta precoce, redução de riscos e gerenciamento de riscos nacionais e globais de saúde.

Pontos chaves:

- Promover o bem estar: visto a contribuição com a higiene pessoal e o processo de conscientização tratada pelo comportamento empático gerado pelos atores envolvidos nas atividades meio (doadores, voluntários, pontos de coleta e centrais).

Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos.

4.4 Até 2030, aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham habilidades relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo.

4.7 Até 2030, garantir que todos os alunos adquiram conhecimentos e habilidades necessárias para promover o desenvolvimento sustentável, inclusive, entre outros, por meio da educação para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida sustentáveis, direitos humanos, igualdade de gênero, **promoção de uma cultura de paz e não violência, cidadania global** e valorização da diversidade cultural e da contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável.

4.a Construir e melhorar instalações físicas para educação, apropriadas para crianças e sensíveis às deficiências e ao gênero, e que proporcionem ambientes de aprendizagem seguros e não violentos, inclusivos e eficazes para todos.

Pontos chaves:

- Promoção de uma cultura de paz e não violência;
- Cidadania global através da absorção do programa nas unidades de educação, públicas e privadas, em contribuição a formação de crianças e jovens.

Objetivo 5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.

5.1 Acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas em toda parte.

5.4 **Reconhecer e valorizar o trabalho de assistência e doméstico não remunerado**, por meio da disponibilização de serviços públicos, infraestrutura e políticas de proteção social, bem como a promoção da **responsabilidade compartilhada** dentro do lar e da família, conforme os contextos nacionais.

5.5 Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a **liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública**.

5.b Aumentar o uso de tecnologias de base, em particular as tecnologias de informação e comunicação, para promover o empoderamento das mulheres.

Pontos chaves:

- Reconhecer e valorizar o trabalho de assistência não remunerado, por meio da disponibilização de oportunidades de trabalho voluntário;
- Responsabilidade compartilhada e visibilidade da participação plena e efetiva das mulheres em funções de liderança no programa.

Objetivo 6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos.

6.3 Até 2030, melhorar a qualidade da água, reduzindo a poluição, eliminando despejo e minimizando a liberação de produtos químicos e materiais perigosos, reduzindo à metade a proporção de águas residuais não tratadas e aumentando substancialmente a reciclagem e reutilização segura globalmente.

Objetivo 8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos.

8.3 Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem **as atividades produtivas**, geração de emprego decente, **empreendedorismo, criatividade e inovação**, e

incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros.

8.4 Melhorar progressivamente, até 2030, a eficiência dos recursos globais no consumo e na produção, e empenhar-se para dissociar o crescimento econômico da degradação ambiental, de acordo com o Plano Decenal de Programas sobre Produção e Consumo Sustentáveis, com os países desenvolvidos assumindo a liderança.

8.6 Até 2020, reduzir substancialmente a proporção de jovens sem emprego, educação ou formação.

Ponto chave:

- Promover políticas orientadas para o desenvolvimento de todos os setores, com destaque para a iniciativa privada, por meio do acesso a serviços de Responsabilidade Social Corporativa e suas transversalidades de impacto no desenvolvimento financeiro.

Objetivo 9. Construir infra-estruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.

9.1 Desenvolver infraestrutura de qualidade, confiável, sustentável e resiliente, incluindo infraestrutura regional e transfronteiriça, para apoiar o desenvolvimento econômico e o bem-estar humano, com foco no acesso equitativo e a preços acessíveis para todos.

9.4 Até 2030, modernizar a infraestrutura e reabilitar as indústrias para torná-las sustentáveis, com eficiência aumentada no uso de recursos e maior adoção de tecnologias e processos industriais limpos e ambientalmente corretos; com todos os países atuando de acordo com suas respectivas capacidades.

Ponto chave:

- Foco na utilização, redução e reuso dos amenities do setor hoteleiro e turístico, alinhado ao acesso dos produtos de higiene por pessoas em situação de rua.

Objetivo 10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles.

10.2 Até 2030, empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, gênero, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição econômica ou outra.

10.3 Garantir a igualdade de oportunidades e reduzir as desigualdades de resultados, inclusive por meio da eliminação de leis, políticas e práticas discriminatórias e da promoção de legislação, políticas e ações adequadas a este respeito.

10.4 Adotar políticas, especialmente fiscal, salarial e de **proteção social**, e alcançar progressivamente uma maior igualdade.

Ponto chave:

- Proteção social.

Objetivo 11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.

11.1 Até 2030, garantir o acesso de todos à habitação segura, adequada e a preço acessível, e aos serviços básicos e urbanizar as favelas.

11.2 Até 2030, proporcionar o acesso a sistemas de transporte seguros, acessíveis, sustentáveis e a preço acessível para todos, melhorando a segurança rodoviária por meio da expansão dos transportes públicos, com especial atenção para as necessidades das pessoas em situação de vulnerabilidade, mulheres, crianças, pessoas com deficiência e idosos.

11.3 Até 2030, aumentar a urbanização inclusiva e sustentável, e as capacidades para o planejamento e gestão de assentamentos humanos participativos, integrados e sustentáveis, em todos os países.

11.a Apoiar relações econômicas, sociais e ambientais positivas entre áreas urbanas, periurbanas e rurais, reforçando o planejamento nacional e regional de desenvolvimento.

11.b Até 2020, aumentar substancialmente o número de cidades e assentamentos humanos adotando e implementando políticas e planos integrados para a inclusão, a

eficiência dos recursos, mitigação e adaptação às mudanças climáticas, a resiliência a desastres; e desenvolver e implementar, de acordo com o Marco de Sendai para a Redução do Risco de Desastres 2015-2030, o gerenciamento holístico do risco de desastres em todos os níveis.

11.c Apoiar os países menos desenvolvidos, inclusive por meio de assistência técnica e financeira, para construções sustentáveis e resilientes, utilizando materiais locais.

Ponto chave:

- O Mini Gentileza traz luz a questão social que trata do acesso de todos à habitação segura, dialogando diretamente com o impacto a longo prazo proposto pelo ODS 11.

Objetivo 12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.

12.2 Até 2030, alcançar a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais.

12.5 Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso.

12.6 Incentivar as empresas, especialmente as empresas grandes e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações de sustentabilidade em seu ciclo de relatórios.

Pontos chave:

- Reuso de insumos: amenities;
- Incentivar as empresas (lê-se pessoas jurídicas de direito privado: escolas, cursos de idiomas e afins, academias, comércio varejista, condomínios, órgãos da administração pública e empresas tradicionais);
- Adotar práticas sustentáveis por meio do processo Gentileza in Box.

Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.

16.1 Reduzir significativamente todas as formas de violência e as taxas de mortalidade relacionada em todos os lugares.

16.6 Desenvolver instituições eficazes, responsáveis e transparentes em todos os níveis.

16.7 Garantir a tomada de decisão responsiva, inclusiva, participativa e representativa em todos os níveis.

16.10 Assegurar o acesso público à informação e proteger as liberdades fundamentais, em conformidade com a legislação nacional e os acordos internacionais.

16.a Fortalecer as instituições nacionais relevantes, inclusive por meio da cooperação internacional, para a construção de capacidades em todos os níveis, em particular nos países em desenvolvimento, para a prevenção da violência e o combate ao terrorismo e ao crime.

16.b Promover e fazer cumprir leis e políticas não discriminatórias para o desenvolvimento sustentável.

Ponto chave:

- Desenvolver instituições eficazes, responsáveis e participativas em todos os níveis, refletidas pela concessão da oportunidade de coparticipação no projeto de quaisquer tipos de organizações (públicas e privadas), ao tempo de apoiar e contribuir com a eficiência das organizações de fato (sem CNPJ) e/ou de direito (com CNPJ), atendidas pelo programa, chamadas de “Parceiros Mini”.

Objetivo 17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

17.3 Mobilizar recursos financeiros adicionais para os países em desenvolvimento a partir de múltiplas fontes.

Tecnologia

17.6 Melhorar a cooperação Norte-Sul, Sul-Sul e triangular regional e internacional e o acesso à ciência, tecnologia e inovação, e aumentar o compartilhamento de conhecimentos em termos mutuamente acordados, inclusive por meio de uma melhor coordenação entre os mecanismos existentes, particularmente no nível das Nações Unidas, e por meio de um mecanismo de facilitação de tecnologia global.

17.7 Promover o desenvolvimento, **a transferência, a disseminação e a difusão de tecnologias ambientalmente corretas** para os países em desenvolvimento, em condições favoráveis, inclusive em condições concessionais e preferenciais, conforme mutuamente acordado.

17.8 Operacionalizar plenamente o Banco de Tecnologia e o mecanismo de capacitação em ciência, tecnologia e inovação para os países menos desenvolvidos até 2017, e aumentar o uso de tecnologias de capacitação, em particular das tecnologias de informação e comunicação.

Capacitação

17.9 Reforçar o apoio internacional para a implementação eficaz e orientada da capacitação em países em desenvolvimento, a fim de apoiar os planos nacionais para implementar todos os objetivos de desenvolvimento sustentável, inclusive por meio da cooperação Norte-Sul, Sul-Sul e triangular.

Questões sistêmicas

Coerência de políticas e institucional

17.13 Aumentar a estabilidade macroeconômica global, inclusive por meio da coordenação e da coerência de políticas.

17.14 **Aumentar a coerência das políticas** para o desenvolvimento sustentável.

As parcerias multissetoriais

17.16 Reforçar a parceria global para o desenvolvimento sustentável, complementada por parcerias multissetoriais que mobilizem e compartilhem conhecimento, expertise, tecnologia e recursos financeiros, para apoiar a realização dos objetivos do desenvolvimento sustentável em todos os países, particularmente nos países em desenvolvimento.

17.17 Incentivar e promover parcerias públicas, público-privadas e com a sociedade civil eficazes, a partir da experiência das estratégias de mobilização de recursos dessas parcerias.

Dados, monitoramento e prestação de contas

17.19 Até 2030, valer-se **de iniciativas existentes para desenvolver medidas** do progresso do desenvolvimento sustentável que complementem o produto interno bruto [PIB] e apoiem a capacitação estatística nos países em desenvolvimento.

Ponto chave:

- Capilaridade Mini Gentilezas que trata da transferência, disseminação e difusão da tecnologia social em âmbito local, regional, nacional e internacional mediante o fomento de parcerias.

4.7 Objetivos estratégicos

Existem um conjunto de objetivos essenciais para um bom funcionamento de qualquer projeto, além de objetivos para o crescimento. No caso do Mini Gentilezas, esses são:

- Chegar em todos os estados brasileiros;
- Melhorar a comunicação para que as doações sejam feitas de forma mais eficiente;
- Assegurar a sustentabilidade financeira;
- Reforçar a imagem institucional e a visibilidade;
- Recrutar novos colaboradores (equipe administrativa);
- Aumentar o corpo de voluntários;
- Aumentar os níveis de doações;
- Aperfeiçoar o processo de distribuição dos produtos de higiene;
- Aumentar a rede de parcerias;
- Desenvolvimento de metodologias de organização mais eficazes;
- Expandir internacionalmente sua atuação.

4.8 Comunicação

A comunicação desempenha um papel essencial para dar a conhecer qualquer empresa. Hoje, o Mini Gentilezas se comunica através de 4 principais canais: Facebook e Instagram para o público e Whatsapp e e-mail para comunicações internas entre voluntários, pontos de coleta e instituições.

Além disso, sua comunicação é muito focada no aspecto visual, com artes feitas todas as semanas para dar avisos, estimular novas campanhas, pedir mais doações, entre outros. Abaixo alguns exemplos:



Figura 7 - Exemplo de imagem informando novos pontos de coleta voluntários (Fonte: Mini Gentilezas, 2019)



Figura 8 - Exemplo de imagem informando arrecadação de mês (Fonte: Mini Gentilezas, 2019)



Figura 9 - Exemplo de imagem buscando arrecadação nos feriados (Fonte: Mini Gentilezas, 2019)



Figura 10 - Exemplo de imagem explicando como expandir o projeto (**Fonte:** Mini Gentilezas, 2019)



Figura 11 - Exemplo de imagem dando dicas para quem for doar itens (**Fonte:** Mini Gentilezas, 2019)

Para um futuro próximo, existem objetivos de comunicação para o projeto que vão desde a sua valorização ao aumento da sua notoriedade:

- Criação de uma página informativa;
- Criação de um aplicativo com todas as informações de doação;
- Desenvolver as mídias sociais com uma estratégia específica;
- Participação de forma institucional em eventos;
- Treinamentos em empresas.

4.9 O futuro do projeto

Para o projeto, é importante continuar a garantir a sustentabilidade, assim como a eficiência e qualidade. Os objetivos para o futuro passam por:

- Tornar o Mini Gentilezas mais eficiente com os recursos disponíveis, condicionando os gastos à obtenção de receita;
- Obter investimento de organizações privadas que busquem responsabilidade social.

Para 2020, os desafios prometem ser ainda maiores. O projeto vem escalando com cada vez mais velocidade, os custos ficam cada vez maiores e a necessidade de tornar o projeto mais profissional se mostra imprescindível para que o mesmo continue existindo.

CAPÍTULO 5 - APLICAÇÃO DO SROI AO PROJETO

5.1 Estabelecendo o escopo e identificando os stakeholders

Para a definição do escopo, foram considerados os seguintes fatores: O propósito, o público, o período de tempo e, por fim, se a análise será uma previsão ou uma avaliação.

O propósito do cálculo do SROI realizado nesta tese é de medir o retorno social das doações e investimentos recebidos pelo Mini Gentilezas.

O público a quem se destina é a sociedade como um todo, que é impactada pelo trabalho.

O período analisado é desde o início do projeto (Maio de 2016) a Abril de 2019, completando 3 anos de resultados.

Os stakeholders identificados foram:

- A ONG Argilando
- As 102 instituições beneficiadas até o momento (grupos que o projeto ajuda todos os meses, que fazem trabalhos recorrentes de assistência às pessoas em situação de rua);
- Os 250 pontos de coleta voluntários espalhados no Brasil, Canadá, Estados Unidos, Portugal, Colômbia e Argentina;
- As pessoas atendidas no projeto até o momento. Consideramos que foram feitos 124,474 atendimentos (calculamos esse número utilizando a quantidade de sabonetes doados divididos por dois, pois dependendo do tamanho do sabonete, cortamos em dois ou três pedaços, sendo que cada kit entregue contém sempre um pedaço de sabonete).

O cálculo do SROI será com base na documentação da ONG Argilando, que tem todos os números e suas relações de custos.

O próximo passo foi mapear as mudanças esperadas pelo projeto. Da parte da ONG Argilando, as mudanças esperadas são o aumento dos investimentos no projeto, diminuindo os custos de manutenção e expansão do mesmo, além do aumento de doações de itens de higiene e da atuação do projeto, para um efeito cada vez maior na sociedade como um todo.

5.2 Mapeando os resultados

Após identificado o alvo e as mudanças previstas foi necessário perceber o nível de relacionamento entre os inputs, outputs e resultados. Para isso, foi essencial saber o que os voluntários e a ONG investiram, neste caso tempo e dinheiro. Atribuiu-se três tipos de gastos:

- **Recursos humanos:** Referente a custos homem-hora, baseados no mercado brasileiro, com a devida percentagem baseada no tempo gasto para o projeto (média dos 3 anos de projeto).
- **Recursos materiais:** Referente a custos de materiais de escritório e suplementares.
- **Despesas operacionais:** Despesas de aluguel, contador, água, luz e outros gastos da ONG, com sua percentagem baseada no foco da mesma para o projeto Mini Gentilezas.
- **Valor dos itens de higiene doados a instituições:** Embora gere uma economia e a possibilidade dessas instituições investirem esse capital em outras atividades que trazem valor a sociedade, ainda assim, é considerado como um gasto, porque existiu um valor de produção.

Abaixo, valores entregues pela administração da ONG Argilando:

Despesas	Recorte	Valor unitário	Observações
Direção executiva	Pero R. Marcondes	R\$4,880.00	Institucional - 16% CH.H/H
Direção administrativo-financeira	Guilherme Pires	R\$600.00	Institucional - 2% CH.H/H
Coordenação do projeto	Karina Rocha	R\$3,680.00	Institucional - 33% CH.H/H
Coordenação do projeto	Israel Mesquita	R\$1,840.00	Institucional - 85% CH.H/H
Analista de RS	Fávia Perroni	R\$2,400.00	Institucional - 4% CH.H/H
Analista de RE	Vinícius Marcello	R\$1,500.00	Institucional - 4% CH.H/H
Material de escritório e suplementares	Insumos	R\$120.00	Institucional - 100%
Despesa operacional fixa	Aluguel	R\$2,200.00	Institucional - 20%
Despesa operacional fixa	Contador	R\$1,400.00	Institucional - 20%
Despesa operacional variável necessária	Água	R\$139.00	Institucional - 20%
Despesa operacional variável necessária	Luz	R\$58.00	Institucional - 20%
Despesa operacional variável necessária	Gás	R\$56.00	Institucional - 20%
Despesa operacional variável necessária	Telefone e internet	R\$280.00	Institucional - 20%
Taxas e impostos	IPTU e outros	R\$206.00	Institucional - 20%

Recursos humanos
 Recursos materiais
 Despesas operacionais

Quadro 5.1 - Despesas do projeto Mini Gentilezas em 3 anos de projeto (**Fonte:** Argilando, 2019)

Recorte	Valor mensal com %	Meses	Valor TOTAL em 3 anos
Pero R. Marcondes	R\$780.80	36	R\$28,108.80
Guilherme Pires	R\$12.00	36	R\$432.00
Karina Rocha	R\$1,840.00	36	R\$66,240.00
Israel Mesquita	R\$1,564.00	36	R\$56,304.00
Fávia Perroni	R\$96.00	15	R\$1,440.00 R\$3,456.00
Vinícius Marcello	R\$60.00	18	R\$1,080.00 R\$2,160.00
Insumos	R\$120.00	36	R\$4,320.00
Aluguel	R\$440.00	36	R\$15,840.00
Contador	R\$280.00	36	R\$10,080.00
Água	R\$27.80	36	R\$1,000.80
Luz	R\$11.60	36	R\$417.60
Gás	R\$11.20	36	R\$403.20
Telefone e internet	R\$56.00	36	R\$2,016.00
IPTU e outros	R\$41.20	36	R\$1,483.20
Investimento total feito em 3 anos de projeto			R\$189,165.60

Recursos humanos
 Recursos materiais
 Despesas operacionais

Quadro 5.2 - Continuação das despesas do projeto Mini Gentilezas em 3 anos de projeto (**Fonte:** Argilando, 2019)

Foi feita uma pesquisa para descobrir o valor dos itens mais doados, considerando os preços mais baratos do mercado:

Tamanho regular	Valor por unidade	Marca
Absorvente	R\$0,43	Sempre Livre
Barbeador descartável	R\$1,04	Max Brand
Camisinha	R\$0,78	Olla
Cotonete	R\$0,04	Johnson & Johnson
Desodorante roll on (45ml)	R\$1,00	All free
Pacotinho de lenço	R\$0,13	Baby Wipes
Pasta de dente (70g)	R\$1,49	Oral-B
Sabonete (85g)	R\$1,02	Lux

Tamanho miniatura	Valor por unidade	Marca
Sabonete (10g)	R\$0,25	Aroma do Corpo
Shampoo 2 em 1 (10mL)	R\$0,29	Flork
Hidratante (7mL)	R\$0,07	Dove

Quadro 6 - Valor médio dos itens de higiene mais doados (**Fonte:** Mercado Livre, 2019)

Item	Valor por unidade	Quantidade de itens	Valor total
Absorvente	R\$0,43	84.089	R\$36.158,27
Barbeador	R\$1,04	20.515	R\$21.335,60
Shampoo e Condicionador	R\$0,29	288.195	R\$83.576,55
Pasta de dente	R\$1,49	45.132	R\$67.246,68
Sabonete	R\$0,63 ¹	248.948	R\$156.837,24
Outros itens	R\$0,59 ²	397.786	R\$234.693,74

TOTAL

R\$599.848,08

¹ Valor médio entre o sabonete tamanho grande (85g) e o de tamanho pequeno (10g)

² Valor médio de todos os itens registrados na tabela anterior

Quadro 7 - Valor dos itens de higiene entregues pelo projeto Mini Gentilezas

Logo o input foi de: **R\$189.165,60 + R\$599.848,08 = R\$789.013,68**

O número de outputs, ou seja, o número de beneficiados, corresponde a aproximadamente **102 grupos** que fazem, ou já fizeram, trabalho de assistência, a população em situação de rua que recebeu itens de higiene (**124.474 atendimentos**) e a sociedade como um todo.

Já o retorno/impacto quantitativo foi baseado no critério de retirada de pessoas em situação de rua que retornam a contribuir para a sociedade com empregos e deixam de gastar com o apoio do Estado.

5.3 Evidenciando resultados e atribuindo valor a eles

Considerando o retorno/impacto citados anteriormente, foi pesquisado com algumas instituições parceiras fixas do Mini Gentilezas (11 instituições) de diferentes cidades os seguintes números:

1. Quantos atendimentos são feitos por mês (esses atendimentos envolvem não só a entrega de itens de higiene, como de alimentos, roupas, apoio, etc)
2. Qual a % de repetência das pessoas atendidas por mês
3. Qual a % de recuperação (saída das ruas) dos atendidos
4. Qual a média de idade dos atendidos

Instituição - Cidade	Assistidos por mês	Repetência de assistidos (%)	Assistidos recuperados (%)	Média de idade
Café Amigo - Porto Alegre	500	60%	15%	47,5
Seja Semente - Salvador	300	90%	3%	36,5
Pão da Vida - Recife	640	10%	5%	31
Turma da Marmitta - Florianópolis	200	50%	3%	45
Contagiados pelo Bem - RJ	1000	15%	4%	45
Grupo Amor - Fortaleza	600	40%	5%	34
Bem da Madrugada - SP	365	44%	0,5%	46
Solidarie - Goiânia	200	50%	20%	29,5
Casa Mais Vida - Santo André	102	20%	0,5%	45
GAP - Vitória	320	85%	0,3%	42,5
Pão de Cada Dia - Ribeirão Preto	450	5%	0,7%	35
MÉDIA TOTAL	425	42,6%	5,2%	39,7

Quadro 8 - Impacto do trabalho das instituições parceiras do Mini Gentilezas

Essas 11 instituições foram usadas como a base de aproximação para todo o projeto, então foi calculado a quantidade de assistidos únicos no período de 3 anos, que não incluíam apenas entregas de kits de higiene e o número final foi comparado com o número de atendimentos total do Mini Gentilezas em 3 anos.

Instituição - Cidade	Atendimentos por mês	Repetência (%)	Assistidos únicos em 3 anos
Café Amigo - Porto Alegre	500	60%	$500 + 200 * 35 = 7.500$
Seja Semente - Salvador	300	90%	$300 + 30 * 35 = 1.350$
Pão da Vida - Recife	640	60%	$640 + 256 * 35 = 9.600$
Turma da Marmitta - Florianópolis	200	50%	$200 + 100 * 35 = 3.700$
Contagiados pelo Bem - RJ	1000	40%	$1000 + 600 * 35 = 22.000$
Grupo Amor - Fortaleza	600	40%	$600 + 360 * 35 = 13.200$
Bem da Madrugada - SP	365	44%	$365 + 204 * 35 = 7.263$
Solidarie - Goiânia	200	50%	$200 + 100 * 35 = 3.700$
Casa Mais Vida - Santo André	102	20%	$102 + 82 * 35 = 2.958$
GAP - Vitória	320	85%	$320 + 48 * 35 = 2.000$
Pão de Cada Dia - Ribeirão Preto	450	40%	$450 + 270 * 35 = 9.900$

TOTAL DE ATENDIMENTOS DAS INSTITUIÇÕES EM 3 ANOS

168.372

TOTAL DE ASSISTIDOS ÚNICOS EM 3 ANOS

83.171

Total de atendimentos focados no Mini Gentilezas em 3 anos

124.474

168.372

ATENDIMENTOS DAS INSTITUIÇÕES EM 3 ANOS

83.171

ASSISTIDOS ÚNICOS EM 3 ANOS

124.474

ATENDIMENTOS DE MINI GENTILEZAS EM 3 ANOS

61.487

ASSISTIDOS ÚNICOS COM MINI GENTILEZAS EM 3 ANOS

Quadro 9 - Cálculo da quantidade de pessoas em situação de rua atendidas em 3 anos de Mini Gentilezas

O próximo passo foi fazer uma média de recuperação das 11 instituições para entender quantas pessoas saíram da condição de rua, além de entender a média de idade dessas pessoas, para poder calcular sua vida ativa e sua contribuição ativa para a sociedade:

Instituição - Cidade	Assistidos recuperados (%)	Média de idade
Café Amigo - Porto Alegre	15%	47,5
Seja Semente - Salvador	3%	36,5
Pão da Vida - Recife	5%	31
Turma da Marmita - Florianópolis	3%	45
Contagiados pelo Bem - RJ	4%	45
Grupo Amor - Fortaleza	5%	34
Bem da Madrugada - SP	0,5%	46
Solidarie - Goiânia	2%	29,5
Casa Mais Vida - Santo André	0,5%	45
GAP - Vitória	0,3%	42,5
Pão de Cada Dia - Ribeirão Preto	0,7%	35
MÉDIA	3,54%	39,7

Assistidos únicos em 3 anos	61.487
Assistidos recuperados (%)	3,54%

Recuperados em 3 anos	2.177
Idade média	39,7 anos
Aposentadoria no Brasil	62,5 anos ¹
Vida ativa dos recuperados	22,8 anos
Contribuição ativa (50%) ²	11,4 anos

¹ Idade média de aposentadoria (60 para mulheres e 65 para homens) (Fonte: Politize, 2019).

² Valor de "peso morto" calculado, tendo em conta recaídas e imprevistos.

Quadro 10 - Cálculo do total de recuperados em 3 anos e sua contribuição ativa de vida

Por fim, foi calculada a contribuição e a economia para o Estado dessas 2.177 pessoas que saíram da rua, dando o valor final de retorno do projeto:

Contribuição		Economia para o Estado	
Anos de trabalho	11,4	Anos de economia	11,4
Salário mínimo anual	R\$11.976 ¹	Gasto do estado anual	R\$6.528 ⁴
Imposto sobre consumo	10% ²	Economia individual	R\$74.419,20
Impostos	8% ³	-	-
Contribuição individual	R\$24.574,75	-	-
Assistidos recuperados	2.177	Assistidos recuperados	2.177
Contribuição total	R\$53.499.230,75	Economia total	R\$162.010.598,40

Retorno total em 11,4 anos	R\$53.499.230,75 + R\$162.010.598,40 = R\$215.509.829,15
-----------------------------------	---

Retorno total em 3 anos	R\$56.713.112,93
--------------------------------	-------------------------

¹ Baseado no salário mínimo mensal de R\$998 (Fonte: Governo do Brasil, 2019)

² Baseado na média dos cinco tributos existentes de imposto no Brasil: ICMS, PIS, Cofins, ISS e IPI (Fonte: Folha de São Paulo, 2019)

³ Baseado no cálculo do salário mínimo (Fonte: Cálculo de Salário Líquido, 2019)

⁴ Baseado no gasto mensal de São Paulo com pessoas em situação de rua (Fonte: Estadão, 2011)

Quadro 11 - Retorno do projeto Mini Gentilezas em 3 anos

5.4 Estabelecendo os impactos

Aqui foi estabelecido o impacto do programa social em valores. O primeiro passo desta fase de avaliação do retorno social do investimento foi atribuir uma porcentagem aos fatores a excluir no valor obtido na 3ª etapa. Esse valor de "peso morto" foi calculado na tabela anterior, cortando em 50% a vida ativa dos assistidos recuperados, considerando apenas 50% de contribuição, tendo em vista recaídas e imprevistos.

5.5 Calculando o SROI

Foi encontrado o valor final da avaliação que está identificado no mapa de impacto como "total present value".

Este valor foi dividido pelo total dos inputs de forma a encontrar o valor referente ao retorno social por cada real investido, logo o resultado é:

$$\frac{\text{R\$56.713.112,93}}{\text{R\$789.013,68}} = \text{R\$71,88}$$

Após o cálculo do retorno social do investimento - SROI conclui-se que por cada real investido no projeto, a sociedade obtém um retorno de aproximadamente **R\$71,88**.

Retorno Social R\$ por R\$: **R\$71,88 por cada R\$1,00**.

CAPÍTULO 6 - CONCLUSÕES

6.1 Conclusões

Esta tese buscou apresentar uma adaptação de um modelo para mensurar o retorno social do projeto Mini Gentilezas. O objetivo geral era perceber se a metodologia SROI funcionava para calcular o valor do projeto Mini Gentilezas e, caso positivo, demonstrar a existência desse retorno, realizando as adaptações que fossem necessárias.

O Mini Gentilezas, criado e gerido de forma completamente online, utilizando as competências de Design, tem demonstrado seu sucesso ao longo desses 3 anos, tanto no auxílio a grupos que já fazem trabalho de apoio, como no incentivo às pessoas dispostas a fazer doações e nos benefícios que trazem a população em situação de rua.

Relativamente à possibilidade do SROI permitir medir o Retorno Social de Investimento no projeto, foi possível medir de forma parcial e encontrar um retorno extremamente positivo. De acordo com o resultado obtido na análise SROI, por cada R\$1 investido no projeto Mini Gentilezas, há um retorno de, no mínimo, R\$71,88. Apesar de obter esse retorno, o projeto pretende ajudar cada vez mais projetos e pessoas em situação de rua, de forma a poder diminuir os impactos negativos dessa consequência social advinda da crise econômica, concentração de renda e escassez de oportunidades de trabalho.

6.2 Limitações

Quanto às limitações, a metodologia SROI é complexa e um pouco limitada. Uma vez que não é possível quantificar todos os impactos e aqueles que são exclusivos do Mini Gentilezas, já que são feitos em parceria com outros projetos, acaba não sendo possível ter a noção do retorno real.

Adicionalmente, alguns dos dados teriam muitas variações se não fossem aproximados, sendo difícil de ter uma noção exata de tudo o que aconteceu nesse período de tempo pesquisado.

6.3 Próximos passos

Com esse resultado e os dados organizados, é possível buscar investimento externo para o projeto, o que será o próximo passo. Todavia, para futuras investigações, o objetivo será encontrar diferentes formas de obter mais investimentos utilizando o resultado do SROI e expandir o projeto de forma inteligente e controlada.

CAPÍTULO 7 - BIBLIOGRAFIA

Agenda 2030 (2019). Consultado em 12 de Abril de 2019: <http://www.agenda2030.com.br>

Almeida, V. (2010), *Governança, Instituições e Terceiro Setor - As Instituições Particulares de Solidariedade Social*. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, dissertação de doutoramento. Coimbra, Portugal.

Almeida, V. (2011), *As Instituições Particulares de Solidariedade Social. Governança e terceiro sector*. Coimbra: Editora Almedina.

Arli, D. & Zappalà, G. (2009). *Why do Companies Ignore Measuring the Social Impact of their Corporate Community Involvement programs?*. Artigo de Briefing no.4, The Centre for Social Impact, Sydney.

Arvidson, M., Lyon, F., Mckay, S. & Moro, D. (2010). *The Ambitions and Challenges of SROI*. Working Paper no.49, Third Sector Research Center, Birmingham.

Arvidson, M., Lyon, F., Mckay, S. & Moro, D. (2013). Valuing the Social? The Nature and Controversies of Measuring Social Return on Investment. *Voluntary Sector Review*, Volume 4 (1): 3-18.

Asselin, J. & Parkins, J. (2009). Comparative Case Study as Social Impact Assessment: Possibilities and Limitations for Anticipating Social Change in the Far North. *Social Indicators Research*, Volume 94: 483-497.

Barnett, J. (1988). Non-profits and the life-cycle. *Evaluation and Program Planning*, Volume 11: 13-20.

Bayma, F. (2013) Capacitação de administradores para as organizações sem fins lucrativos. *Revista de Administração Pública*, 31 (6), 119.

Boyd B., Henning, N., Reyna, E., Wang, D. & Welch, M. (2009). *Hybrid Organizations – New Business Models for Environmental Leadership*. UK: Greenleaf Publishing Limited.

Cabinet Office (2012). *Um guia para o retorno social do investimento*. Tradução Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS). 2a ed. Reino Unido: Social Value International.

Catelli, A. (2001). *Controladoria – uma abordagem da gestão econômica* GECON. 2 ed. São Paulo: Atlas.

Cervo, A. & Silva, R. (2007). *Metodologia científica*. (6ª ed.). São Paulo: Pearson Prentice.

Clark, C., Rosenzweig, W., Long, D. & Olsen, S. (2004). *Double Bottom Line Project Methods Catalog*. The Rockefeller Foundation, NY.

Coelho, S. (2000) *Terceiro Setor: um estudo comparado entre Brasil e Estados Unidos*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo.

Consultora 4Change (2014). Consultado em 20 de Março de 2019:
<http://www.4change.org/resources/4psroi.pdf>

Cotta, T. (2014). Metodologias de avaliação de programas e projetos sociais: análise de resultados e de impacto. *Revista do Serviço Público*, 49 (2), p-103.

D'Amore, J. (1978). An Executive Guide to Social Impact Assessment. *Business Quarterly*, Summer 1978, Volume 43 (2): 35.

Dâmaso, J. (2013). *Marketing Internacional na Indústria Conserveira de Peixe*. Fatores de Sucesso. Lisboa.

Dart, R., Bradshaw, P., Murray, V. & Wolpin, J. (1996). Boards of directors in nonprofit organizations – do they follow a life-cycle model?. *Nonprofit Management & Leadership*, Volume 6 (4): 367-379.

Drucker, P. (1994). *As Organizações Sem Fins Lucrativos*. 1ª Ed., Lisboa, Difusão Cultural.

ECODES. Alter Civites (2012): *Análisis del retorno económico directo de la inversión pública en CEE de iniciativa social mediante aplicación de la metodología SROI (Retorno Social de las Inversiones)*. Grupo Gureak, Tasubinsa y la Asociación de Centros Especiales de Empleo de Navarra (ACEMNA).

Estadão (2011). Consultado em 26 de Junho de 2019:

<https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,morador-de-rua-custa-r-544-por-mes-a-pre-feitura-imp-,720656>

Emerson, J.; Wachowitz, J.; & Chun, S. (2000) “Social return on investment: Exploring aspects of value creation in the nonprofit sector”, em *The Box Set: Social Purpose Enterprises and Venture Philanthropy in the New Millennium*, San Francisco.

FABIANI, P. & KISIL, M. (2016) Retorno social do investimento (SROI): metodologia que traduz o impacto social para o investidor. Pensamento & Realidade. *Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração-FEA*. ISSN 2237-4418, v. 31, n. 1, p. 81–106, 2016.

Disponível em:

<https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/27020>. Acesso em:

6

Mar 19.

Fernandes, R. (1997) *O que é o Terceiro Setor?* São Paulo: Paz e terra.

Ferreira, M. (2000). *O papel das organizações do terceiro sector na reforma das políticas públicas de protecção social*. Economia.

Ferreira, S. (2009), “A invenção estratégica do terceiro sector como estrutura de observação mútua: uma abordagem histórico-conceptual”, *Revista Crítica das Ciências Sociais*, 84, 169-192.

FIPE (2015): Consultado em 20 de Março de 2019:

https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/assistencia_social/observatorio_social/2015/censo/FIPE_smads_CENSO_2015_coletivafinal.pdf

Fregonesi, M., Araújo, A., Neto, A., & Andere, M. (2005). Metodologia SROI: Uma Proposta para Cálculo do Valor Socio-Económico das Organizações do Terceiro Setor. *Contabilidade, Gestão e Governança*, 8 (2), 239-266.

Gair, C. (2002). *A report from the good ship SROI*. San Francisco: The Roberts Foundation.

Gama, A. (2009). O Estudo de Caso Como Metodologia da Investigação em Marketing e Gestão. *Revista portuguesa de marketing* 13, pp. 71-83

García, A., & García, M. (2014). *Análisis de Retorno Social de la Inversión en dos sistemas de apoyo a personas con gran discapacidad: Asistencia personal y servicio residencial. Un estudio de caso*.

Garcia, P. (2011). *Contexto de emergência, qualidades técnicas e potencialidades reais de aplicação da metodologia SROI*. ISCTE IUL – Instituto Universitário de Lisboa, Dissertação de mestrado.

Global Petrol Prices (2019): Consultado em 20 de Março de 2019:

https://www.globalpetrolprices.com/gasoline_prices/

Godoy, A. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de administração de empresas*, v. 35, n. 2, p. 57–63, 1995. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n2/a08v35n2.pdf>>. Acesso em: 20 Mar. 2019.

Gonçalves, H. (2005) *Manual de Metodologia da Pesquisa Científica*. (1ª ed.). São Paulo: Avercamp.

Governo do Brasil (2019): Consultado em 20 de Março de 2019:
<http://www.brasil.gov.br/noticias/emprego-e-previdencia/2019/01/decreto-fixa-salario-minimo-de-r-998-em-2019>)

Hirigoyen, J. (2013). *Getting the measure of social impact*. The Estates Gazette.

Hudson, M. (1999). *Managing Without Profit: The Art of Managing Third-Sector Organizations*: New Edition: The Art of Managing Third-sector Organisations. Penguin.

Hudson, M. (2004). *Administrando organizações do Terceiro Setor - o desafio de administrar sem receita*. São Paulo: Makron Books.

Institute for Environmental Studies (1995). Guidelines and Principles for Social Impact Assessment. *Environmental Impact Assessment Review*, Volume 15: 11-43.

Koljatic, M. & Silva, M. (2010). Differences in the Impact Assessment of Social Initiatives carried out by Private Firms and Civil Society Organizations: evidence from Ibero-America. *Social Responsibility Journal*, Volume 6 (3): 374-285.

Krlev G., Munscher R. & Mulbert, K. (2013). *Social Return on Investment (SROI): State-of-the-Art and Perspectives*. A meta-analysis of practice in SROI studies published 2002-2012. Disponível em:
https://www.csi.uni-heidelberg.de/downloads/CSI_SROI_Meta_Analysis_2013.pdf,
consultado em 20 de Março de 2019.

Landim, L. (1993). *Para além do mercado e do Estado? Filantropia e cidadania no Brasil*. Cadernos do Iser, Rio de Janeiro.

Leighton, D. & Wood, C. (2010). *Measuring social value: The gap between policy and practice*. Consultado em 20 de Março de 2019:
http://www.demos.co.uk/files/Measuring_social_value_-_web.pdf

Lingane, A. & Olsen, S. (2004). Guidelines for SROI. *California Management Review*, Volume 46 (3): 116 – 35.

Lopo, I. (2012). *Measuring impact with the social return on investment: the case of the social innovation HUB*. Unpublished Master Thesis, NOVA – School of Business and Economics, Lisbon.

Maas, K. (2009). *Corporate social performance*. Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management.

Maas, K. & Liket, K. (2011). Talk the Walk: Measuring the Impact of Strategic Philanthropy. *Journal of Business Ethics*, Volume 100: 445-464.

Machado, M. (2015), *Social Return On Investment (Sroi): Uma Metodologia Para A Medição Do Impacto Social Dos Projetos E Justificação Dos Investimentos*. Lisboa School of Economics & Management, dissertação de mestrado. Lisboa, Portugal.

Marcovitch, J. (1997). Da Exclusão à Coesão Social: Profissionalização do Terceiro Setor. *3º Setor: Desenvolvimento Social Sustentado*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Mathiasen, K. (1989). *Board passages: three key stages in a nonprofit board's life cycle*, Washington D.C.

McClusky, J. (2002). Re-thinking nonprofit organization governance: implications for management and leadership. *International Journal of Public Administration*, Volume 25 (4): 539-559.

McLoughlin, J., Kaminski, J. & Sodagar, B. (2009). A strategic approach to social impact measurement of social enterprises: The SIMPLE methodology. *Social Enterprise Journal*, Volume 5 (2): 154 – 178.

Meneses, J., Franco, R. & Azevedo, C. (2010). *Gestão de Organizações Sem Fins Lucrativos – o desafio da inovação social*. Porto, Edições Vida Económica.

Mercado Livre (2019). Consultado em 04 de Junho de 2019:
<http://www.mercadolivre.com.br>

Millar, R. & Hall, K. (2013). Social return on investment (SROI) and performance measurement: The opportunities and barriers for social enterprises in health and social care. *Public Management Review*, 15(6): 923-941.

Mini Gentilezas (2019): Consultado em 20 de Março de 2019:
<http://facebook.com/minigentilezas>

Moizer, J. & Tracey, P. (2010). “Strategy making in social enterprise: The role of resource allocation and its effects on organizational sustainability.” *Systems research and behavioral science*, 27 (3), 252-266.

Moutinho, N. & Mouta, H. (2011). *Social and Environmental Impact Assessment – Theoretical Contributions*. Artigo apresentado na 1ª Conferência Internacional em Project Economic Evaluation, ICOPEV’2011, Guimarães.

Mulgan, G. (2010). Measure Social Value. *Stanford Social Innovation Review*, Summer 2010: 1-10 & 38-43.

Mulgan, G. (2013). *Measuring Social Value: what do we mean by measuring the social value?*. Eurodiaconia, Brussels.

Nascimento, D. (2013). *A mensuração do retorno social do investimento-SROI e sua aplicabilidade no contexto Lusófono*. Universidade Autónoma de Lisboa. Dissertação de mestrado.

Nicholls J., Lawlor E., Neitzer E. & Goodspeed T. (2009). *A guide to social return on investment*. Cabinet Office, London.

Olak, P. & Nascimento, D. (2008) *Contabilidade para entidades sem fins lucrativos (Terceiro Setor)*. 2 ed. São Paulo: Atlas.

Peattie, K. & Morley, A. (2008). *Social Enterprises: Diversity and Dynamics, Contexts and Contributions, a Research Monograph*. Cardiff: ESRC Centre for Business Relationships.

Politize (2019): Consultado em 26 de Junho de 2019:
<https://www.politize.com.br/aposentadoria-por-idade/>

Polonsky, M., & Grau, S. (2011). Assessing the social impact of charitable organizations –four alternative approaches. *International Journal of Nonprofit and Voluntary sector marketing*, 16(2), 195-211.

Ribeiro, I., Júnior, F., Carvalho, A. & Cintra, R. (2014). *Indicadores de desempenho em projetos sociais: Uma reflexão sobre o uso de indicadores financeiros*. III Simpósio Internacional de Gestão de Projetos (III SINGEP) e II Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade (II S2IS). São Paulo, Brasil.

Rico, E. (1998). O empresariado, a filantropia e a questão social. *Serviço Social & Sociedade*, 19 (58).

Rothgiesser, T. (2004). *Sociedade Civil. A sociedade civil brasileira e o Terceiro Setor*. São Paulo: [s.n].

Roux, H. (2010), "El SROI (Social Return On Investment): Un método para medir el impacto social de las inversiones", *Análisis Financeiro*, 113, pp. 34-43

Roux, H. (2010). Un método para medir el Impacto Social de las Inversiones: el SROI. *Cuadernos de la Asociación Española de Fundaciones*. Diciembre, pp 4-5.

Roux, H. (2012). *Valoración y medición de la inversión social (método SROI)*. 1ª Ed., Madrid. Ecobook.

Roux, H. (2013). Medición del impacto social con el método SROI. *Revista UNO*, Madrid, 14.

Ruebottom, T. (2011). Counting Social Change: outcome measures for social enterprise. *Social Enterprise Journal*, Volume 7 (2): 173 -182.

Ryan, P. & Lyne, I. (2008). Social Enterprise and the measurement of social value: methodological issues with the calculation and application of SROI. *Education, Knowledge and Economy*, Volume 2 (3): 223-37.

Santos, I. (2012). *Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica*. 9ª. ed. Niteroi: Impetus.

Salamon, L & Anheier, H. (Eds). (1992). In search of the nonprofit sector I. The question of definitions. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 3(2), 125-151.

Salamon, L. (1997). *Estratégias para o fortalecimento do Terceiro Setor*. In: IOSCHPE, Evelyn Berg (Org). 3º Setor desenvolvimento social sustentado. SãoPaulo: Editora Paz e Terra S.A.

Santos, F., Carvalho, I. & Salvado, J. (2013). *Manual para Transformar o Mundo*. 2ª Ed. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

Social Ventures Australia Consulting (SVA). (2012). *Social Return on Investment – Lessons Learned in Australia*. Consultado em 20 de Março de 2019:
<http://socialventures.com.au/assets/SROI-Lessons-learned-in-Australia.pdf>

Sousa, M. & Baptista, C. (2011). *Como fazer investigação, dissertações, teses e relatórios segundo Bolonha*. 4ª Ed., Lisboa, PACTOR.

Scholten, P., Nicholls, J., Olsen, S. & Galimidi, B. (2006). *Social return on investment. A guide to SROI analysis*. Amstelveen: Lenthe publishers

Sheridan, K. (2011). Measuring the Impact of Social Enterprise. *British Journal of Healthcare Management*, Volume 17 (4): 152-56.

Slomski, V. (2005) *Controladoria e governança na gestão pública*. São Paulo: Atlas.

SROI Primer. (2004). *Measuring social impact: the foundation of social return on investment (SROI)*. New Economics Foundation, London Business School.

Szazi, E. (2001). *Terceiro Setor: Regulação no Brasil*. São Paulo: Gife e Editora Fundação Peirópolis.

Third Sector Research Centre (2010). Consultado em 20 de Março de 2019:
<http://www.birmingham.ac.uk/generic/tsrc/research/economic-social-impact/social-return-on-investment.aspx>

Tuan, M. (2008). *Measuring and/or estimating social value creation: Insights into eight integrated cost approaches*. Final paper. Bill & Melinda Gates Foundation, Pennsylvania.

Vanclay, F. (2002). Conceptualising social impacts. *Environmental Impact Assessment Review*, Volume 22 (3): 183-211.

Vanclay, F. (2003). International Principles for Social Impact Assessment. *Impact Assessment and Project Appraisal*. Volume 21 (1): 5-12.

Vico, A. & Medeiros, E. (2012). *Terceiro Setor: Um estudo sobre a sua importância no processo de desenvolvimento sócio-econômico*.

Yin, R. (1994). *Case Study Research: Design and Methods* (2ª Ed) Thousand Oaks, CA: SAGE Publications

Yin, R. (2012). *Applications of case study research* (3ª ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Zappalà, G. & Lyons, M. (2009). *Recent approaches to measuring social impact in the Third sector: An overview*. Background Paper no.5, Sydney: Centre for Social Impact, University of New South Wales.

Zappalà, G. & Lyons, M. (2009). *Recent approaches to measuring social impact in the third sector: An overview*. Background Paper no. 6, Sidney: Centre for Social Impact, Australian School of Business & University of New South Wales.

ANEXO A - As entrevistas/questionários feitos

Perguntas definidas aos participantes:

1. Qual a importância do projeto Mini Gentilezas dentro do trabalho do seu grupo de atendimento à população em situação de rua?
2. Qual a importância que vocês identificam na doação de itens de higiene para os amigos das ruas?
3. Caso tenha alguma história para compartilhar sobre as doações, fique a vontade para contar.

Fernando / Três Rios - RJ

1. A oferta destes produtos de higiene é um instrumento para acolher estas pessoas. É uma coisa para oferecer, para complementar o banho ou para atendimentos na rua. Temos muita população migrante, de estrada. Os que recebem no centro é uma adesão. Acaba por ter uma vinculação deles ao trabalho. Eles querem este bem-estar do material de higiene. Eles se sentem acolhidos.
2. A importância principal é a saúde. A população de rua é muito exposta ao adoecimento e intempéries como calor, frio e sujeira. Eles adoecem muito por falta de higiene. Contraem doenças de pele como escabiose e doenças bucais. Oferecendo a eles o acesso regular, a transformação da saúde é bem melhor, pois ficam mais protegidos.
3. Para contar uma história, uma vez, um irmão de rua, na estrada, precisava fazer sua higiene para se apresentar na delegacia para pegar sua documentação e conseguir uma proposta de emprego, pois passava de uma cidade pra outra. Ele agradeceu muito por ficar apresentável e poder seguir seu caminho.

Maria do Carmo / Campinas - SP

1. O nosso projeto cuida do cidadão em situação de rua e de pobreza absoluta. Uma média de 220 moradores que são alimentados nas segundas, terças e quartas-feira. Nos outros dias têm grupos escolhidos por nós, que vão e levam os alimentos para

eles. A doação das Mini Gentilezas é muito importante. O cidadão o de rua dorme ao relento, ele precisa ter higiene pessoal.

2. O projeto de vocês foi extremamente valioso para nós, pois temos salas onde eles tomam banho e damos em média 70 banhos por dia. Cada um deles recebe um sabonete e creminho, as meninas recebem absorventes. Quando eles recebem isso nas mãos antes do banho, é uma alegria! Um sorriso e uma enorme felicidade que nos dá. Vocês são parceiros, são aqueles que não preciso nem pedir pela colaboração. Muito obrigada.

Paula / Rio de Janeiro - RJ

1. Em função do enorme aumento da população em situação de rua na cidade do Rio de Janeiro desde 2013, segundo levantamento da Secretaria de Assistência Social e Direitos Humanos da cidade, passando de 5.580 pessoas no final de 2013 para 14.279 pessoas no final de 2016, o grupo Contagiados pelo Bem identificou como prioridade a necessidade de atendimento deste público. Desde o seu surgimento, com a doação de 80 kits de higiene/mês, o Contagiados pelo Bem já ampliou o seu trabalho em mais de 1.100%, tendo, nos últimos 12 meses, distribuído mais de 10.000 kits de higiene.
2. O Mini Gentilezas é, atualmente, nosso principal parceiro fornecedor dos itens para os 1000 kits. Podemos dizer que o trabalho do Contagiados cresceu junto com o trabalho do Mini Gentilezas. Isso nos deixa muito felizes, mas também preocupados, porque a população em situação de rua segue crescendo no Rio de Janeiro. Os kits de higiene para pessoas em situação de rua representam, além de higiene, dignidade, cidadania, saúde e condições de reinserção no mercado de trabalho.
3. Um dos nossos assistidos uma vez disse: “As pessoas pensam que só porque a gente vive na rua, a gente não toma banho...” e demonstrou muita gratidão por termos um olhar diferente.

Elisabeth / Ribeirão preto - SP

1. Em primeiro lugar, só temos a agradecer pelo apoio que o projeto Mini Gentilezas tem proporcionado ao nosso projeto, pois não temos pessoas suficientes para arrecadar os itens de higiene. Quando tivemos a oportunidade deste auxílio ficamos maravilhados. Os itens de higiene são importantes a todas as pessoas, muitas vezes dão preferência ao item de higiene do que na alimentação, a qual é mais fácil de adquirirem.
2. Quem não quer tomar banho e colocar uma roupa limpa? Teríamos trabalho 24h por dia para doar a todos que necessitam.

Isabelle / Fortaleza - CE

1. A ajuda que o projeto Mini Gentilezas dá ao Grupo Amor com a entrega de materiais de higiene é de suma importância, pois não teríamos como falar em dignidade do ser humano sem proporcionar a eles o mínimo de higiene possível. Então o fato de sabermos que todo mês teremos várias amostras cheias de amor já nos deixam despreocupados e livres para focarmos em arrecadar outras carências dos nossos assistidos, como alimentação, vestuário, calçados, etc.
2. Como sempre digo, alimentos são indispensáveis à vida, realmente não tem como uma pessoa sobreviver sem alimentos, mas não só de pão vive o homem. Doar alimento sem proporcionar uma melhor qualidade de vida no âmbito psicológico também não ajudaria muito. E os kits de higiene fazem isso: Melhoram a aparência, interferindo diretamente no psicológico de cada pessoa em situação de rua, trazendo um maior bem estar, um aumento na auto-estima e, como consequência, uma vontade de tentar mudar, de tentar sair da situação das ruas.
3. Um dia chegamos para a nossa ação e um senhor veio logo me perguntar se ia ter kit de higiene com aparelho de barbear naquele dia. Respondi que sim. E ele disse: "Oba!". Abriu um sorriso e me disse que estava nervoso e ansioso por isso, pois no dia seguinte iria para uma entrevista de emprego e não queria ir com a barba do jeito que estava, pois ia parecer com cara de sujo. Tal fato me mostrou como os kits são importantes e indispensáveis! Aproveito para agradecer imensamente ao

projeto Mini Gentilezas por proporcionar essa enorme diferença na vida das pessoas que estão em situação de rua.

Sarah / Belo Horizonte - MG

1. No projeto Almoço do Bem BH, os itens de higiene funcionam como mais um suporte no resgate da dignidade dos nossos irmãos. Usamos os kits para presentear-los em ocasiões especiais.
2. Acreditamos que os itens de higiene funcionam como uma ponte entre as pessoas em situação de rua e o resgate de uma primeira dignidade. Por meio dos itens doados, ele podem se sentir limpos e renovados.
3. É incrível como eles mesmo sentem a importância dos kits de higiene. Não conseguimos doar-los todas as semanas e nossos irmãos sentem falta do cheirinho e do frescor que só aquele shampoo, condicionador e o sabonete do Mini Gentilezas têm!

Marcos / Porto Alegre - RS

1. Nosso trabalho consiste em doar café, sanduíches, água e materiais de higiene. Itens de higiene são muito menos doados, tendo meses que nossa única fonte desse material vem do Mini gentilezas. Diria, então, que é de fundamental importância para darmos um pouco mais de dignidade para os moradores de rua.
2. Muitos nos relatam que comida sempre doam, porém a higiene pessoal também é necessária. Acreditamos que isso melhora a auto-estima e até no controle de doenças que a falta de limpeza possa provocar.

Laura / Goiânia - GO

1. O Mini Gentilezas proporciona a oferta de produtos de higiene que seriam descartados ou desperdiçados. Com isso conseguimos dar a população em situação de rua um pouco de dignidade e uma chance de ser visto como ser humano.

2. Os itens de higiene são como um pouco de esperança. Em não sofrerem preconceito pelo cheiro, em terem uma chance de arrumar trabalho, em se sentirem como uma outra pessoa qualquer. O banho, além de limpar o corpo, às vezes limpa a alma, além de melhorar muito o humor de uma pessoa.
3. Temos várias. Apenas como exemplo, uma vez um senhor deixou de ir no emprego porque não tinha como tomar banho e não queria incomodar os outros ou se sentir excluído.

Sylvia / Pernambuco - RE

1. Dentro do nosso projeto do SOPÃO, eles anseiam em receber os kits, pois consideram um mimo carinhoso que preparamos pra eles, com isso se sentem importantes pra nós.
2. O Mini Gentilezas tem uma importância fundamental, pois atingem uma das necessidades mais básicas às pessoas em condição de rua, que é a oportunidade de terem itens de higiene pessoal para tomarem um banho e resgatarem o mínimo de dignidade que lhes restam.
3. Um morador de rua, ao receber o kit pela primeira vez, encheu seus olhos de lágrimas e falou: "Que felicidade! Agora posso tomar um banho decente e me sentir cheiroso! Deus retribua em dobro, pois vocês não nos vêem como invisíveis."

Debora / Rio de Janeiro - RJ

1. O Mini Gentilezas surgiu como um parceiro importantíssimo para nossa ONG, pois nos deu acesso a doações que tínhamos muita dificuldade em conseguir de forma autônoma. Alguns itens, como desodorante, por exemplo, são artigos mais caros e difíceis de conseguir comprar ou receber em doação pontual. Porém, com o trabalho de vocês, acaba aumentando esse estoque, pois une pessoas de diversas partes querendo doar e instituições necessitadas. Ajudam tanto que por vezes nosso estoque fica completo.

2. A doação desses itens tem grande importância para as pessoas em situação de rua, pois leva a eles um pouco de dignidade. Elas podem tomar um banho, escovar os dentes, mulheres necessitam de absorventes íntimos. Trazem assim um pouco de conforto aos seus dias já tão difíceis e aumentam a auto-estima dessas pessoas para buscar novos caminhos.

Debora / Florianópolis - SC

1. De suma importância. Além da comida entregue, os kits de higiene trazem um pouco de dignidade para essas pessoas. Quando fazem fila para receber os kits, é como se fossem crianças esperando um brinquedo do Papai Noel.
2. O que para nós significa tão pouco, para eles é a oportunidade de fazer a barba, pentear o cabelo, escovar os dentes. Coisas corriqueiras que pra eles são valiosíssimas.

Tabata / Atibaia - SP

1. A importância que teve para o Alimentando Corações é que só levávamos em nossas ações roupas e marmitas. Quando teve essa parceria, começamos a entregar os kits de higiene, que são de suma importância para nossos amigos.
2. Se torna até uma questão de saúde, pois o mínimo para um ser humano é a sua higiene.
3. Não tenho nenhuma história específica, mas todos que recebem ficam muito felizes com os kits.

Natasha / Salvador - BA

1. Vocês são uma parceria importantíssima, pois nos entregam, de forma extremamente organizada, produtos que já passaram por toda uma triagem cuidadosa, facilitando muito o nosso trabalho. Além da organização, vocês têm um papel super relevante em relação a conscientização e arrecadação dos itens, levando em conta que o Mini Gentilezas já é um projeto consolidado, com visibilidade e com

vários pontos de coleta, dando um apoio incrível a projetos menores como o nosso: Corrente de Amor Salvador.

2. Nós, que trabalhamos diretamente com pessoas em situação de rua, percebemos o quanto os produtos de higiene são solicitados e adorados por nossos amigos. A higiene e o cuidado consigo é um dos pontos mais valorizados pelas pessoas e está diretamente ligada a dignidade. E para eles, que já são marginalizados pela sociedade, não é diferente. Há muita dificuldade em ter acesso a esse tipo de material e, em contrapartida, há o anseio e a necessidade de estarem cheirosos e saudáveis.
3. Sempre é uma festa, uma verdadeira felicidade, quando chegamos aos pontos de entrega com nossos famosos kits de higiene. Nós, que também entregamos outros tipos de doações, sempre somos indagados se haverá o precioso kit. As crianças sempre recebem kits especiais, com necessaries também fornecidas pelo Mini Gentilezas, e abrem aquele sorriso. Acreditem, coisas pequenas que temos no nosso dia-a-dia, como desodorante, sabonete, pasta de dente, são verdadeiros tesouros para quem carece. O trabalho de vocês auxilia a quem quer ajudar (oferecendo o veículo de coleta), auxilia projetos que fazem a entrega (como o nosso projeto) e auxilia quem precisa dessa ajuda (nossos amigos de rua). Vocês são amor na vida de muitos. Obrigada pela parceria. Muita luz no caminho e na expansão de vocês.

Carlos / Brasília - DF

1. Indescritível. Recebemos aos domingos irmãos de rua para tomar banho, tomar sopa, receber atendimento médico, roupas, etc. Sujos e malcheirosos, alguns envergonhados da própria indigência. Agora, recebem também um kit mini-gentilezas, e podem tomar banho com muito mais higiene pessoal.
2. A alegria que sentem ao receber algo, além do sabonete barato para cuidar dos seus corpos que são tão maltratados, é maravilhosa e contagiante. A autoestima deles se eleva, começam a se sentir melhor com si mesmos e com as pessoas em geral, pois

enxergam carinho e atenção de pessoas que lhes são estranhas. “O mundo não é só feito de pessoas que nos desprezam, há pessoas que nos querem bem também”.

3. Não temos uma história específica, mas ficamos impressionados todos os domingos com a alegria que têm em receberem shampoo, loção de corpo, sabonete, creme hidratante e outras coisas que, de outra forma, nunca teriam acesso.

Jaci / Salvador - BA

1. O grupo Mini Gentilezas chegou para acrescentar e enriquecer as nossas ações. Através dessa parceria, hoje conseguimos distribuir kits de higiene em todas as nossas ações de rua.
2. Kit de higiene é super importante, pois muitas vezes eles têm onde tomar banho, mas não tem como conseguir os itens, dificuldade que não existe mais para os que atendemos. Agora eles já nos esperam e contam que levaremos os kits.
3. Quando chegamos na rua, já somos identificados por muitos como o grupo que tem kits de higiene e aí muitos nos chamam escondidos para perguntar se conseguem um kit, achando que não tem o suficiente para todos. Meu maior prazer é abrir a caixa e distribuir para todos os presentes. Por várias vezes eles choram quando recebem um kit. Já ouvi muito “amanhã vou tomar um banho digno” entre lágrimas. Aí choram eles e eu. Certa vez entreguei um kit para uma criança de 4 anos que correu saltitando para os pais gritando que iria ficar cheiroso. Os pais começaram a chorar. São muitas emoções. Muito obrigada por serem nossos parceiros na caminhada do bem.

Marília / Franca - SP

1. É muito importante contar com uma parceria dessas. Como somos um grupo de voluntários, toda doação é importante e bem-vinda. O trabalho como o Mini Gentilezas faz o grupo crescer e ter mais apoio.

2. É muito importante entregar aos moradores de rua esses itens de higiene, pois a maioria das pessoas doam comida ou dinheiro. A partir do momento que você tem a chance de dar um kit de higiene a essas pessoas, você percebe o quanto eles realmente precisam e ficam felizes, pois acho muito difícil uma pessoa doar um shampoo, um sabonete ou uma escova a eles.
3. Os moradores ficam muito surpresos com os itens de higiene... vários deles pegam na hora e começam a usar. Teve um que passou o shampoo na nossa frente e ficou super feliz, pois disse que ficaria cheiroso. Eles ficam encantados, e nós, muito felizes!

Karine / Natal - RN

1. Aqui no nosso grupo, o projeto é o único a fazer distribuição de itens de higiene, sendo a única oportunidade dos nossos amigos em situação de rua de receberem esses artigos.
2. Como nosso grupo leva o banho e higiene uma vez por semana, é a oportunidades deles manterem a higiene e a autoestima! Eles sempre falam da importância de estarem limpos para conseguirem algum trabalho, ou até mesmo serem notados.

Edson / Santo André - SP

1. Os produtos recebidos são distribuídos e divididos entre os moradores. Muitas vezes os shampoos, condicionadores e cremes são os únicos que recebemos de doação, porque a maioria das doações são de alimentos. Higiene pessoal quase ninguém doa e, como temos 34 moradores entre homens e mulheres, todos adultos, são 2 banhos todos os dias, além dos cuidados pessoais.
2. Não é porque eles vieram das ruas que não sejam vaidosos. Aqui temos regras e normas, e uma delas é a questão de higiene pessoal, que são 2 banhos diariamente. Semanalmente realizamos os cuidados pessoais como depilação, corte de unhas, cabelos e barbas. Esses produtos colaboram para a autoestima deles.

3. Temos vários casos, mas posso destacar de uma moradora que tem psoríase. Ela espera ansiosamente todo mês a doação para cuidar melhor do seu cabelo, ou seja, fazer a limpeza na cabeça com os shampoos e cremes que chegam de doação. Os cremes nós usamos para fazer as barbas dos 10 homens. Fazemos semanalmente.

Luis Felipe / São Paulo - SP

1. O projeto é fundamental. Nós conseguimos muitas coisas como cobertores, agasalhos e até lanches, mas os itens de higiene são muito difíceis e acabam passando despercebidos.
2. Os relatos das pessoas que estão em situação de rua são de que se eles conseguirem se barbear e tomar um banho, as chances de conseguir um trabalho ou até mesmo de um contato aumentam, já que eles são invisíveis na sociedade. É uma questão de autoestima, de humanidade, de saúde pública.
3. O que ilustra isso é uma voluntária que estava fazendo uma entrega e nós dividimos os pacotes de absorventes, pois não vinham tantos antes da parceria do Mini Gentilezas. Em um certo momento, começamos a distribuir pão com queijo e presunto. Chegando em uma das meninas, ela tirou o que tinha dentro do pão, limpou o pouco da maionese que tinha e tirou o miolo do pão, fazendo uma canoinha de miolo com a casca. A voluntária brincou com ela perguntando se ela era estava de dieta por ter tirado o miolo e a resposta dela foi que estava “naqueles dias” e, por não ter absorvente, iria usar o miolo do pão. Depois desse dia fomos procurar diversas formas de poder ajudar e melhorar isso. O Mini Gentilezas é fundamental para isso. Muito obrigada a todos.

Kelvim / Vitória - ES

1. Foi muito importante termos conhecido o grupo Mini Gentilezas, pois através das doações que recebemos, podemos dar uma assistência melhor a nossos irmãos em situação de rua, através de produtos de higiene pessoal. Foi de suma importância para o instituto Gapi.

2. Nossos irmãos nas ruas agradecem muito quando chegamos com os kits de higiene pessoal, pois eles não têm acesso a produtos como sabonete, pasta de dente, shampoo e condicionador. Eles agradecem imensamente e até esperam as nossas doações para fazer sua higiene pessoal. Os kits são muito aceitos nas ruas. Levamos semanalmente.
3. Um dos casos que mais me tocou foi de uma moça em situação de rua que agradeceu muitíssimo pela doação dos produtos, porque ela estava querendo lavar o cabelo, escovar os dentes e precisava de absorvente. Quando chegamos ela ficou muito feliz e abraçou a gente como se tivesse ganhado o melhor presente da sua vida. Também teve outro rapaz que ficou muitíssimo feliz, agradecendo quando viu os produtos, porque precisava muito.

ANEXO B - Os objetivos de Desenvolvimento Sustentável e metas na íntegra

Objetivo 1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares

1.1 Até 2030, erradicar a pobreza extrema para todas as pessoas em todos os lugares, atualmente medida como pessoas vivendo com menos de US\$ 1,90 por dia;

1.2 Até 2030, reduzir pelo menos à metade a proporção de homens, mulheres e crianças, de todas as idades, que vivem na pobreza, em todas as suas dimensões, de acordo com as definições nacionais;

1.3 Implementar, em nível nacional, medidas e sistemas de proteção social adequados para todos, incluindo pisos, e até 2030, atingir a cobertura substancial dos pobres e vulneráveis;

1.4 Até 2030, garantir que todos os homens e mulheres, particularmente os pobres e vulneráveis, tenham direitos iguais aos recursos econômicos, bem como o acesso a serviços básicos, propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, herança, recursos naturais, novas tecnologias apropriadas e serviços financeiros, incluindo microfinanças;

1.5 Até 2030, construir a resiliência dos pobres e daqueles em situação de vulnerabilidade, e reduzir a exposição e vulnerabilidade destes a eventos extremos relacionados com o clima e outros choques e desastres econômicos, sociais e ambientais;

1.a Garantir uma mobilização significativa de recursos a partir de uma variedade de fontes, inclusive por meio do reforço da cooperação para o desenvolvimento, para proporcionar meios adequados e previsíveis para que os países em desenvolvimento, em particular os países menos desenvolvidos, implementem programas e políticas para acabar com a pobreza em todas as suas dimensões;

1.b Criar marcos políticos sólidos em níveis nacional, regional e internacional, com base em estratégias de desenvolvimento a favor dos pobres e sensíveis a gênero, para apoiar investimentos acelerados nas ações de erradicação da pobreza.

Objetivo 2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável

2.1 Até 2030, acabar com a fome e garantir o acesso de todas as pessoas, em particular os pobres e pessoas em situações vulneráveis, incluindo crianças, a alimentos seguros, nutritivos e suficientes durante todo o ano;

2.2 Até 2030, acabar com todas as formas de desnutrição, incluindo atingir, até 2025, as metas acordadas internacionalmente sobre nanismo e caquexia em crianças menores de cinco anos de idade, e atender às necessidades nutricionais dos adolescentes, mulheres grávidas e lactantes e pessoas idosas;

2.3 Até 2030, dobrar a produtividade agrícola e a renda dos pequenos produtores de alimentos, particularmente das mulheres, povos indígenas, agricultores familiares, pastores e pescadores, inclusive por meio de acesso seguro e igual à terra, outros recursos produtivos e insumos, conhecimento, serviços financeiros, mercados e oportunidades de agregação de valor e de emprego não agrícola;

2.4 Até 2030, garantir sistemas sustentáveis de produção de alimentos e implementar práticas agrícolas resilientes, que aumentem a produtividade e a produção, que ajudem a manter os ecossistemas, que fortaleçam a capacidade de adaptação às mudanças climáticas, às condições meteorológicas extremas, secas, inundações e outros desastres, e que melhorem progressivamente a qualidade da terra e do solo;

2.5 Até 2020, manter a diversidade genética de sementes, plantas cultivadas, animais de criação e domesticados e suas respectivas espécies selvagens, inclusive por meio de bancos de sementes e plantas diversificados e bem geridos em nível nacional, regional e internacional, e garantir o acesso e a repartição justa e equitativa dos benefícios decorrentes da utilização dos recursos genéticos e conhecimentos tradicionais associados, como acordado internacionalmente;

2.a Aumentar o investimento, inclusive via o reforço da cooperação internacional, em infraestrutura rural, pesquisa e extensão de serviços agrícolas, desenvolvimento de tecnologia, e os bancos de genes de plantas e animais, para aumentar a capacidade de produção agrícola nos países em desenvolvimento, em particular nos países menos desenvolvidos;

2.b Corrigir e prevenir as restrições ao comércio e distorções nos mercados agrícolas mundiais, incluindo a eliminação paralela de todas as formas de subsídios à exportação e todas as medidas de exportação com efeito equivalente, de acordo com o mandato da Rodada de Desenvolvimento de Doha;

2.c Adotar medidas para garantir o funcionamento adequado dos mercados de commodities de alimentos e seus derivados, e facilitar o acesso oportuno à informação de mercado, inclusive sobre as reservas de alimentos, a fim de ajudar a limitar a volatilidade extrema dos preços dos alimentos.

Objetivo 3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades

3.1 Até 2030, reduzir a taxa de mortalidade materna global para menos de 70 mortes por 100.000 nascidos vivos;

3.2 Até 2030, acabar com as mortes evitáveis de recém-nascidos e crianças menores de 5 anos, com todos os países objetivando reduzir a mortalidade neonatal para pelo menos 12 por 1.000 nascidos vivos e a mortalidade de crianças menores de 5 anos para pelo menos 25 por 1.000 nascidos vivos;

3.3 Até 2030, acabar com as epidemias de AIDS, tuberculose, malária e doenças tropicais negligenciadas, e combater a hepatite, doenças transmitidas pela água, e outras doenças transmissíveis;

3.4 Até 2030, reduzir em um terço a mortalidade prematura por doenças não transmissíveis via prevenção e tratamento, e promover a saúde mental e o bem-estar;

3.5 Reforçar a prevenção e o tratamento do abuso de substâncias, incluindo o abuso de drogas entorpecentes e uso nocivo do álcool;

3.6 Até 2020, reduzir pela metade as mortes e os ferimentos globais por acidentes em estradas;

3.7 Até 2030, assegurar o acesso universal aos serviços de saúde sexual e reprodutiva, incluindo o planejamento familiar, informação e educação, bem como a integração da saúde reprodutiva em estratégias e programas nacionais;

3.8 Atingir a cobertura universal de saúde, incluindo a proteção do risco financeiro, o acesso a serviços de saúde essenciais de qualidade e o acesso a medicamentos e vacinas essenciais seguros, eficazes, de qualidade e a preços acessíveis para todos;

3.9 Até 2030, reduzir substancialmente o número de mortes e doenças por produtos químicos perigosos, contaminação e poluição do ar e água do solo;

3.a Fortalecer a implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco em todos os países, conforme apropriado;

3.b Apoiar a pesquisa e o desenvolvimento de vacinas e medicamentos para as doenças transmissíveis e não transmissíveis, que afetam principalmente os países em desenvolvimento, proporcionar o acesso a medicamentos e vacinas essenciais a preços acessíveis, de acordo com a Declaração de Doha, que afirma o direito dos países em desenvolvimento de utilizarem plenamente as disposições do acordo TRIPS sobre flexibilidades para proteger a saúde pública e, em particular, proporcionar o acesso a medicamentos para todos;

3.c Aumentar substancialmente o financiamento da saúde e o recrutamento, desenvolvimento e formação, e retenção do pessoal de saúde nos países em desenvolvimento, especialmente nos países menos desenvolvidos e nos pequenos Estados insulares em desenvolvimento;

3.d Reforçar a capacidade de todos os países, particularmente os países em desenvolvimento, para o alerta precoce, redução de riscos e gerenciamento de riscos nacionais e globais de saúde.

Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos

4.1 Até 2030, garantir que todas as meninas e meninos completem o ensino primário e secundário livre, equitativo e de qualidade, que conduza a resultados de aprendizagem relevantes e eficazes;

4.2 Até 2030, garantir que todos as meninas e meninos tenham acesso a um desenvolvimento de qualidade na primeira infância, cuidados e educação pré-escolar, de modo que eles estejam prontos para o ensino primário;

4.3 Até 2030, assegurar a igualdade de acesso para todos os homens e mulheres à educação técnica, profissional e superior de qualidade, a preços acessíveis, incluindo universidade;

4.4 Até 2030, aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham habilidades relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo;

4.5 Até 2030, eliminar as disparidades de gênero na educação e garantir a igualdade de acesso a todos os níveis de educação e formação profissional para os mais vulneráveis,

incluindo as pessoas com deficiência, povos indígenas e as crianças em situação de vulnerabilidade;

4.6 Até 2030, garantir que todos os jovens e uma substancial proporção dos adultos, homens e mulheres estejam alfabetizados e tenham adquirido o conhecimento básico de matemática;

4.7 Até 2030, garantir que todos os alunos adquiram conhecimentos e habilidades necessárias para promover o desenvolvimento sustentável, inclusive, entre outros, por meio da educação para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida sustentáveis, direitos humanos, igualdade de gênero, promoção de uma cultura de paz e não violência, cidadania global e valorização da diversidade cultural e da contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável;

4.a Construir e melhorar instalações físicas para educação, apropriadas para crianças e sensíveis às deficiências e ao gênero, e que proporcionem ambientes de aprendizagem seguros e não violentos, inclusivos e eficazes para todos;

4.b Até 2020, substancialmente ampliar globalmente o número de bolsas de estudo para os países em desenvolvimento, em particular os países menos desenvolvidos, pequenos Estados insulares em desenvolvimento e os países africanos, para o ensino superior, incluindo programas de formação profissional, de tecnologia da informação e da comunicação, técnicos, de engenharia e programas científicos em países desenvolvidos e outros países em desenvolvimento;

4.c Até 2030, substancialmente aumentar o contingente de professores qualificados, inclusive por meio da cooperação internacional para a formação de professores, nos países em desenvolvimento, especialmente os países menos desenvolvidos e pequenos Estados insulares em desenvolvimento.

Objetivo 5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas

5.1 Acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas em toda parte;

5.2 Eliminar todas as formas de violência contra todas as mulheres e meninas nas esferas públicas e privadas, incluindo o tráfico e exploração sexual e de outros tipos;

5.3 Eliminar todas as práticas nocivas, como os casamentos prematuros, forçados e de crianças e mutilações genitais femininas;

5.4 Reconhecer e valorizar o trabalho de assistência e doméstico não remunerado, por meio da disponibilização de serviços públicos, infraestrutura e políticas de proteção social, bem como a promoção da responsabilidade compartilhada dentro do lar e da família, conforme os contextos nacionais;

5.5 Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública;

5.6 Assegurar o acesso universal à saúde sexual e reprodutiva e os direitos reprodutivos, como acordado em conformidade com o Programa de Ação da Conferência Internacional sobre População e Desenvolvimento e com a Plataforma de Ação de Pequim e os documentos resultantes de suas conferências de revisão;

5.a Realizar reformas para dar às mulheres direitos iguais aos recursos econômicos, bem como o acesso à propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, serviços financeiros, herança e os recursos naturais, de acordo com as leis nacionais;

5.b Aumentar o uso de tecnologias de base, em particular as tecnologias de informação e comunicação, para promover o empoderamento das mulheres;

5.c Adotar e fortalecer políticas sólidas e legislação aplicável para a promoção da igualdade de gênero e o empoderamento de todas as mulheres e meninas em todos os níveis.

Objetivo 6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos

6.1 Até 2030, alcançar o acesso universal e equitativo a água potável e segura para todos;

6.2 Até 2030, alcançar o acesso a saneamento e higiene adequados e equitativos para todos, e acabar com a defecação a céu aberto, com especial atenção para as necessidades das mulheres e meninas e daqueles em situação de vulnerabilidade;

6.3 Até 2030, melhorar a qualidade da água, reduzindo a poluição, eliminando despejo e minimizando a liberação de produtos químicos e materiais perigosos, reduzindo à metade a proporção de águas residuais não tratadas e aumentando substancialmente a reciclagem e reutilização segura globalmente;

6.4 Até 2030, aumentar substancialmente a eficiência do uso da água em todos os setores e assegurar retiradas sustentáveis e o abastecimento de água doce para enfrentar a escassez de água, e reduzir substancialmente o número de pessoas que sofrem com a escassez de água;

6.5 Até 2030, implementar a gestão integrada dos recursos hídricos em todos os níveis, inclusive via cooperação transfronteiriça, conforme apropriado;

6.6 Até 2020, proteger e restaurar ecossistemas relacionados com a água, incluindo montanhas, florestas, zonas úmidas, rios, aquíferos e lagos;

6.a Até 2030, ampliar a cooperação internacional e o apoio à capacitação para os países em desenvolvimento em atividades e programas relacionados à água e saneamento, incluindo a coleta de água, a dessalinização, a eficiência no uso da água, o tratamento de efluentes, a reciclagem e as tecnologias de reuso;

6.b Apoiar e fortalecer a participação das comunidades locais, para melhorar a gestão da água e do saneamento.

Objetivo 7. Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todos

7.1 Até 2030, assegurar o acesso universal, confiável, moderno e a preços acessíveis a serviços de energia;

7.2 Até 2030, aumentar substancialmente a participação de energias renováveis na matriz energética global;

7.3 Até 2030, dobrar a taxa global de melhoria da eficiência energética;

7.a Até 2030, reforçar a cooperação internacional para facilitar o acesso a pesquisa e tecnologias de energia limpa, incluindo energias renováveis, eficiência energética e tecnologias de combustíveis fósseis avançadas e mais limpas, e promover o investimento em infraestrutura de energia e em tecnologias de energia limpa

7.b Até 2030, expandir a infraestrutura e modernizar a tecnologia para o fornecimento de serviços de energia modernos e sustentáveis para todos nos países em desenvolvimento, particularmente nos países menos desenvolvidos, nos pequenos Estados insulares em desenvolvimento e nos países em desenvolvimento sem litoral, de acordo com seus respectivos programas de apoio

Objetivo 8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos

8.1 Sustentar o crescimento econômico per capita de acordo com as circunstâncias nacionais e, em particular, um crescimento anual de pelo menos 7% do produto interno bruto [PIB] nos países menos desenvolvidos;

8.2 Atingir níveis mais elevados de produtividade das economias por meio da diversificação, modernização tecnológica e inovação, inclusive por meio de um foco em setores de alto valor agregado e dos setores intensivos em mão de obra;

8.3 Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros;

8.4 Melhorar progressivamente, até 2030, a eficiência dos recursos globais no consumo e na produção, e empenhar-se para dissociar o crescimento econômico da degradação ambiental, de acordo com o Plano Decenal de Programas sobre Produção e Consumo Sustentáveis, com os países desenvolvidos assumindo a liderança;

8.5 Até 2030, alcançar o emprego pleno e produtivo e trabalho decente todas as mulheres e homens, inclusive para os jovens e as pessoas com deficiência, e remuneração igual para trabalho de igual valor;

8.6 Até 2020, reduzir substancialmente a proporção de jovens sem emprego, educação ou formação;

8.7 Tomar medidas imediatas e eficazes para erradicar o trabalho forçado, acabar com a escravidão moderna e o tráfico de pessoas, e assegurar a proibição e eliminação das piores formas de trabalho infantil, incluindo recrutamento e utilização de crianças-soldado, e até 2025 acabar com o trabalho infantil em todas as suas formas;

8.8 Proteger os direitos trabalhistas e promover ambientes de trabalho seguros e protegidos para todos os trabalhadores, incluindo os trabalhadores migrantes, em particular as mulheres migrantes, e pessoas em empregos precários;

8.9 Até 2030, elaborar e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que gera empregos e promove a cultura e os produtos locais;

8.10 Fortalecer a capacidade das instituições financeiras nacionais para incentivar a expansão do acesso aos serviços bancários, de seguros e financeiros para todos;

8.a Aumentar o apoio da Iniciativa de Ajuda para o Comércio [Aid for Trade] para os países em desenvolvimento, particularmente os países menos desenvolvidos, inclusive por meio do Quadro Integrado Reforçado para a Assistência Técnica Relacionada com o Comércio para os países menos desenvolvidos;

8.b Até 2020, desenvolver e operacionalizar uma estratégia global para o emprego dos jovens e implementar o Pacto Mundial para o Emprego da Organização Internacional do Trabalho [OIT].

Objetivo 9. Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação

9.1 Desenvolver infraestrutura de qualidade, confiável, sustentável e resiliente, incluindo infraestrutura regional e transfronteiriça, para apoiar o desenvolvimento econômico e o bem-estar humano, com foco no acesso equitativo e a preços acessíveis para todos;

9.2 Promover a industrialização inclusiva e sustentável e, até 2030, aumentar significativamente a participação da indústria no setor de emprego e no PIB, de acordo com as circunstâncias nacionais, e dobrar sua participação nos países menos desenvolvidos;

9.3 Aumentar o acesso das pequenas indústrias e outras empresas, particularmente em países em desenvolvimento, aos serviços financeiros, incluindo crédito acessível e sua integração em cadeias de valor e mercados;

9.4 Até 2030, modernizar a infraestrutura e reabilitar as indústrias para torná-las sustentáveis, com eficiência aumentada no uso de recursos e maior adoção de tecnologias e processos industriais limpos e ambientalmente corretos; com todos os países atuando de acordo com suas respectivas capacidades;

9.5 Fortalecer a pesquisa científica, melhorar as capacidades tecnológicas de setores industriais em todos os países, particularmente os países em desenvolvimento, inclusive, até 2030, incentivando a inovação e aumentando substancialmente o número de trabalhadores de pesquisa e desenvolvimento por milhão de pessoas e os gastos público e privado em pesquisa e desenvolvimento;

9.a Facilitar o desenvolvimento de infraestrutura sustentável e resiliente em países em desenvolvimento, por meio de maior apoio financeiro, tecnológico e técnico aos países

africanos, aos países menos desenvolvidos, aos países em desenvolvimento sem litoral e aos pequenos Estados insulares em desenvolvimento;

9.b Apoiar o desenvolvimento tecnológico, a pesquisa e a inovação nacionais nos países em desenvolvimento, inclusive garantindo um ambiente político propício para, entre outras coisas, a diversificação industrial e a agregação de valor às commodities;

9.c Aumentar significativamente o acesso às tecnologias de informação e comunicação e se empenhar para oferecer acesso universal e a preços acessíveis à internet nos países menos desenvolvidos, até 2020.

Objetivo 10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles

10.1 Até 2030, progressivamente alcançar e sustentar o crescimento da renda dos 40% da população mais pobre a uma taxa maior que a média nacional;

10.2 Até 2030, empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, gênero, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição econômica ou outra;

10.3 Garantir a igualdade de oportunidades e reduzir as desigualdades de resultados, inclusive por meio da eliminação de leis, políticas e práticas discriminatórias e da promoção de legislação, políticas e ações adequadas a este respeito;

10.4 Adotar políticas, especialmente fiscal, salarial e de proteção social, e alcançar progressivamente uma maior igualdade;

10.5 Melhorar a regulamentação e monitoramento dos mercados e instituições financeiras globais e fortalecer a implementação de tais regulamentações;

10.6 Assegurar uma representação e voz mais forte dos países em desenvolvimento em tomadas de decisão nas instituições econômicas e financeiras internacionais globais, a fim de produzir instituições mais eficazes, críveis, responsáveis e legítimas;

10.7 Facilitar a migração e a mobilidade ordenada, segura, regular e responsável das pessoas, inclusive por meio da implementação de políticas de migração planejadas e bem geridas;

10.a Implementar o princípio do tratamento especial e diferenciado para países em desenvolvimento, em particular os países menos desenvolvidos, em conformidade com os acordos da OMC;

10.b Incentivar a assistência oficial ao desenvolvimento e fluxos financeiros, incluindo o investimento externo direto, para os Estados onde a necessidade é maior, em particular os países menos desenvolvidos, os países africanos, os pequenos Estados insulares em desenvolvimento e os países em desenvolvimento sem litoral, de acordo com seus planos e programas nacionais;

10.c Até 2030, reduzir para menos de 3% os custos de transação de remessas dos migrantes e eliminar os corredores de remessas com custos superiores a 5%.

Objetivo 11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis

11.1 Até 2030, garantir o acesso de todos à habitação segura, adequada e a preço acessível, e aos serviços básicos e urbanizar as favelas;

11.2 Até 2030, proporcionar o acesso a sistemas de transporte seguros, acessíveis, sustentáveis e a preço acessível para todos, melhorando a segurança rodoviária por meio da expansão dos transportes públicos, com especial atenção para as necessidades das pessoas em situação de vulnerabilidade, mulheres, crianças, pessoas com deficiência e idosos;

11.3 Até 2030, aumentar a urbanização inclusiva e sustentável, e as capacidades para o planejamento e gestão de assentamentos humanos participativos, integrados e sustentáveis, em todos os países;

11.4 Fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo;

11.5 Até 2030, reduzir significativamente o número de mortes e o número de pessoas afetadas por catástrofes e substancialmente diminuir as perdas econômicas diretas causadas por elas em relação ao produto interno bruto global, incluindo os desastres relacionados à água, com o foco em proteger os pobres e as pessoas em situação de vulnerabilidade;

11.6 Até 2030, reduzir o impacto ambiental negativo per capita das cidades, inclusive prestando especial atenção à qualidade do ar, gestão de resíduos municipais e outros;

11.7 Até 2030, proporcionar o acesso universal a espaços públicos seguros, inclusivos, acessíveis e verdes, particularmente para as mulheres e crianças, pessoas idosas e pessoas com deficiência;

11.a Apoiar relações econômicas, sociais e ambientais positivas entre áreas urbanas, periurbanas e rurais, reforçando o planejamento nacional e regional de desenvolvimento;

11.b Até 2020, aumentar substancialmente o número de cidades e assentamentos humanos adotando e implementando políticas e planos integrados para a inclusão, a eficiência dos recursos, mitigação e adaptação às mudanças climáticas, a resiliência a desastres; e desenvolver e implementar, de acordo com o Marco de Sendai para a Redução do Risco de Desastres 2015-2030, o gerenciamento holístico do risco de desastres em todos os níveis;

11.c Apoiar os países menos desenvolvidos, inclusive por meio de assistência técnica e financeira, para construções sustentáveis e resilientes, utilizando materiais locais.

Objetivo 12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis

12.1 Implementar o Plano Decenal de Programas sobre Produção e Consumo Sustentáveis, com todos os países tomando medidas, e os países desenvolvidos assumindo a liderança, tendo em conta o desenvolvimento e as capacidades dos países em desenvolvimento;

12.2 Até 2030, alcançar a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais;

12.3 Até 2030, reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial, nos níveis de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo as perdas pós-colheita;

12.4 Até 2020, alcançar o manejo ambientalmente saudável dos produtos químicos e todos os resíduos, ao longo de todo o ciclo de vida destes, de acordo com os marcos internacionais acordados, e reduzir significativamente a liberação destes para o ar, água e solo, para minimizar seus impactos negativos sobre a saúde humana e o meio ambiente;

12.5 Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso;

12.6 Incentivar as empresas, especialmente as empresas grandes e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações de sustentabilidade em seu ciclo de relatórios;

12.7 Promover práticas de compras públicas sustentáveis, de acordo com as políticas e prioridades nacionais;

12.8 Até 2030, garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e conscientização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza;

12.a Apoiar países em desenvolvimento a fortalecer suas capacidades científicas e tecnológicas para mudar para padrões mais sustentáveis de produção e consumo;

12.b Desenvolver e implementar ferramentas para monitorar os impactos do desenvolvimento sustentável para o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais;

12.c Racionalizar subsídios ineficientes aos combustíveis fósseis, que encorajam o consumo exagerado, eliminando as distorções de mercado, de acordo com as circunstâncias nacionais, inclusive por meio da reestruturação fiscal e a eliminação gradual desses subsídios prejudiciais, caso existam, para refletir os seus impactos ambientais, tendo plenamente em conta as necessidades específicas e condições dos países em desenvolvimento e minimizando os possíveis impactos adversos sobre o seu desenvolvimento de uma forma que proteja os pobres e as comunidades afetadas.

Objetivo 13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos (*)

13.1 Reforçar a resiliência e a capacidade de adaptação a riscos relacionados ao clima e às catástrofes naturais em todos os países;

13.2 Integrar medidas da mudança do clima nas políticas, estratégias e planejamentos nacionais;

13.3 Melhorar a educação, aumentar a conscientização e a capacidade humana e institucional sobre mitigação, adaptação, redução de impacto e alerta precoce da mudança do clima;

13.a Implementar o compromisso assumido pelos países desenvolvidos partes da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima [UNFCCC] para a meta de mobilizar conjuntamente US\$ 100 bilhões por ano a partir de 2020, de todas as fontes, para atender às necessidades dos países em desenvolvimento, no contexto das ações de mitigação significativas e transparência na implementação; e operacionalizar plenamente o Fundo Verde para o Clima por meio de sua capitalização o mais cedo possível;

13.b Promover mecanismos para a criação de capacidades para o planejamento relacionado à mudança do clima e à gestão eficaz, nos países menos desenvolvidos, inclusive com foco em mulheres, jovens, comunidades locais e marginalizadas.

() Reconhecendo que a Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima [UNFCCC] é o fórum internacional intergovernamental primário para negociar a resposta global à mudança do clima.*

Objetivo 14. Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável

14.1 Até 2025, prevenir e reduzir significativamente a poluição marinha de todos os tipos, especialmente a advinda de atividades terrestres, incluindo detritos marinhos e a poluição por nutrientes;

14.2 Até 2020, gerir de forma sustentável e proteger os ecossistemas marinhos e costeiros para evitar impactos adversos significativos, inclusive por meio do reforço da sua capacidade de resiliência, e tomar medidas para a sua restauração, a fim de assegurar oceanos saudáveis e produtivos;

14.3 Minimizar e enfrentar os impactos da acidificação dos oceanos, inclusive por meio do reforço da cooperação científica em todos os níveis;

14.4 Até 2020, efetivamente regular a coleta, e acabar com a sobrepesca, ilegal, não reportada e não regulamentada e as práticas de pesca destrutivas, e implementar planos de gestão com base científica, para restaurar populações de peixes no menor tempo possível, pelo menos a níveis que possam produzir rendimento máximo sustentável, como determinado por suas características biológicas;

14.5 Até 2020, conservar pelo menos 10% das zonas costeiras e marinhas, de acordo com a legislação nacional e internacional, e com base na melhor informação científica disponível;

14.6 Até 2020, proibir certas formas de subsídios à pesca, que contribuem para a sobrecapacidade e a sobrepesca, e eliminar os subsídios que contribuam para a pesca ilegal, não reportada e não regulamentada, e abster-se de introduzir novos subsídios como estes, reconhecendo que o tratamento especial e diferenciado adequado e eficaz para os países em desenvolvimento e os países menos desenvolvidos deve ser parte integrante da negociação sobre subsídios à pesca da Organização Mundial do Comércio;

14.7 Até 2030, aumentar os benefícios econômicos para os pequenos Estados insulares em desenvolvimento e os países menos desenvolvidos, a partir do uso sustentável dos recursos marinhos, inclusive por meio de uma gestão sustentável da pesca, aquicultura e turismo;

14.a Aumentar o conhecimento científico, desenvolver capacidades de pesquisa e transferir tecnologia marinha, tendo em conta os critérios e orientações sobre a Transferência de Tecnologia Marinha da Comissão Oceanográfica Intergovernamental, a fim de melhorar a saúde dos oceanos e aumentar a contribuição da biodiversidade marinha para o desenvolvimento dos países em desenvolvimento, em particular os pequenos Estados insulares em desenvolvimento e os países menos desenvolvidos;

14.b Proporcionar o acesso dos pescadores artesanais de pequena escala aos recursos marinhos e mercados;

14.c Assegurar a conservação e o uso sustentável dos oceanos e seus recursos pela implementação do direito internacional, como refletido na UNCLOS [Convenção das Nações Unidas sobre o Direito do Mar], que provê o arcabouço legal para a conservação e utilização sustentável dos oceanos e dos seus recursos, conforme registrado no parágrafo 158 do “Futuro Que Queremos”.

Objetivo 15. Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade

15.1 Até 2020, assegurar a conservação, recuperação e uso sustentável de ecossistemas terrestres e de água doce interiores e seus serviços, em especial florestas, zonas úmidas, montanhas e terras áridas, em conformidade com as obrigações decorrentes dos acordos internacionais;

15.2 Até 2020, promover a implementação da gestão sustentável de todos os tipos de florestas, deter o desmatamento, restaurar florestas degradadas e aumentar substancialmente o florestamento e o reflorestamento globalmente;

15.3 Até 2030, combater a desertificação, restaurar a terra e o solo degradado, incluindo terrenos afetados pela desertificação, secas e inundações, e lutar para alcançar um mundo neutro em termos de degradação do solo;

15.4 Até 2030, assegurar a conservação dos ecossistemas de montanha, incluindo a sua biodiversidade, para melhorar a sua capacidade de proporcionar benefícios que são essenciais para o desenvolvimento sustentável;

15.5 Tomar medidas urgentes e significativas para reduzir a degradação de habitat naturais, deter a perda de biodiversidade e, até 2020, proteger e evitar a extinção de espécies ameaçadas;

15.6 Garantir uma repartição justa e equitativa dos benefícios derivados da utilização dos recursos genéticos e promover o acesso adequado aos recursos genéticos;

15.7 Tomar medidas urgentes para acabar com a caça ilegal e o tráfico de espécies da flora e fauna protegidas e abordar tanto a demanda quanto a oferta de produtos ilegais da vida selvagem;

15.8 Até 2020, implementar medidas para evitar a introdução e reduzir significativamente o impacto de espécies exóticas invasoras em ecossistemas terrestres e aquáticos, e controlar ou erradicar as espécies prioritárias;

15.9 Até 2020, integrar os valores dos ecossistemas e da biodiversidade ao planejamento nacional e local, nos processos de desenvolvimento, nas estratégias de redução da pobreza e nos sistemas de contas;

15.a Mobilizar e aumentar significativamente, a partir de todas as fontes, os recursos financeiros para a conservação e o uso sustentável da biodiversidade e dos ecossistemas;

15.b Mobilizar recursos significativos de todas as fontes e em todos os níveis para financiar o manejo florestal sustentável e proporcionar incentivos adequados aos países em desenvolvimento para promover o manejo florestal sustentável, inclusive para a conservação e o reflorestamento;

15.c Reforçar o apoio global para os esforços de combate à caça ilegal e ao tráfico de espécies protegidas, inclusive por meio do aumento da capacidade das comunidades locais para buscar oportunidades de subsistência sustentável.

Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis

16.1 Reduzir significativamente todas as formas de violência e as taxas de mortalidade relacionada em todos os lugares;

16.2 Acabar com abuso, exploração, tráfico e todas as formas de violência e tortura contra crianças;

16.3 Promover o Estado de Direito, em nível nacional e internacional, e garantir a igualdade de acesso à justiça para todos;

16.4 Até 2030, reduzir significativamente os fluxos financeiros e de armas ilegais, reforçar a recuperação e devolução de recursos roubados e combater todas as formas de crime organizado;

16.5 Reduzir substancialmente a corrupção e o suborno em todas as suas formas;

16.6 Desenvolver instituições eficazes, responsáveis e transparentes em todos os níveis;

16.7 Garantir a tomada de decisão responsiva, inclusiva, participativa e representativa em todos os níveis;

16.8 Ampliar e fortalecer a participação dos países em desenvolvimento nas instituições de governança global;

16.9 Até 2030, fornecer identidade legal para todos, incluindo o registro de nascimento;

16.10 Assegurar o acesso público à informação e proteger as liberdades fundamentais, em conformidade com a legislação nacional e os acordos internacionais;

16.a Fortalecer as instituições nacionais relevantes, inclusive por meio da cooperação internacional, para a construção de capacidades em todos os níveis, em particular nos países em desenvolvimento, para a prevenção da violência e o combate ao terrorismo e ao crime;

16.b Promover e fazer cumprir leis e políticas não discriminatórias para o desenvolvimento sustentável.

Objetivo 17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável

Finanças

17.1 Fortalecer a mobilização de recursos internos, inclusive por meio do apoio internacional aos países em desenvolvimento, para melhorar a capacidade nacional para arrecadação de impostos e outras receitas;

17.2 Países desenvolvidos implementarem plenamente os seus compromissos em matéria de assistência oficial ao desenvolvimento [AOD], inclusive fornecer 0,7% da renda nacional bruta [RNB] em AOD aos países em desenvolvimento, dos quais 0,15% a 0,20% para os países menos desenvolvidos; provedores de AOD são encorajados a considerar a definir uma meta para fornecer pelo menos 0,20% da renda nacional bruta em AOD para os países menos desenvolvidos;

17.3 Mobilizar recursos financeiros adicionais para os países em desenvolvimento a partir de múltiplas fontes;

17.4 Ajudar os países em desenvolvimento a alcançar a sustentabilidade da dívida de longo prazo por meio de políticas coordenadas destinadas a promover o financiamento, a redução e a reestruturação da dívida, conforme apropriado, e tratar da dívida externa dos países pobres altamente endividados para reduzir o superendividamento;

17.5 Adotar e implementar regimes de promoção de investimentos para os países menos desenvolvidos.

Tecnologia

17.6 Melhorar a cooperação Norte-Sul, Sul-Sul e triangular regional e internacional e o acesso à ciência, tecnologia e inovação, e aumentar o compartilhamento de conhecimentos em termos mutuamente acordados, inclusive por meio de uma melhor coordenação entre os mecanismos existentes, particularmente no nível das Nações Unidas, e por meio de um mecanismo de facilitação de tecnologia global;

17.7 Promover o desenvolvimento, a transferência, a disseminação e a difusão de tecnologias ambientalmente corretas para os países em desenvolvimento, em condições favoráveis, inclusive em condições concessionais e preferenciais, conforme mutuamente acordado;

17.8 Operacionalizar plenamente o Banco de Tecnologia e o mecanismo de capacitação em ciência, tecnologia e inovação para os países menos desenvolvidos até 2017, e aumentar o uso de tecnologias de capacitação, em particular das tecnologias de informação e comunicação;

Capacitação

17.9 Reforçar o apoio internacional para a implementação eficaz e orientada da capacitação em países em desenvolvimento, a fim de apoiar os planos nacionais para implementar todos os objetivos de desenvolvimento sustentável, inclusive por meio da cooperação Norte-Sul, Sul-Sul e triangular;

Comércio

17.10 Promover um sistema multilateral de comércio universal, baseado em regras, aberto, não discriminatório e equitativo no âmbito da Organização Mundial do Comércio, inclusive por meio da conclusão das negociações no âmbito de sua Agenda de Desenvolvimento de Doha;

17.11 Aumentar significativamente as exportações dos países em desenvolvimento, em particular com o objetivo de duplicar a participação dos países menos desenvolvidos nas exportações globais até 2020;

17.12 Concretizar a implementação oportuna de acesso a mercados livres de cotas e taxas, de forma duradoura, para todos os países menos desenvolvidos, de acordo com as decisões da OMC, inclusive por meio de garantias de que as regras de origem preferenciais aplicáveis às importações provenientes de países menos desenvolvidos sejam transparentes e simples, e contribuam para facilitar o acesso ao mercado.

Questões sistêmicas

Coerência de políticas e institucional

17.13 Aumentar a estabilidade macroeconômica global, inclusive por meio da coordenação e da coerência de políticas;

17.14 Aumentar a coerência das políticas para o desenvolvimento sustentável;

17.15 Respeitar o espaço político e a liderança de cada país para estabelecer e implementar políticas para a erradicação da pobreza e o desenvolvimento sustentável.

As parcerias multissetoriais

17.16 Reforçar a parceria global para o desenvolvimento sustentável, complementada por parcerias multissetoriais que mobilizem e compartilhem conhecimento, expertise, tecnologia e recursos financeiros, para apoiar a realização dos objetivos do desenvolvimento sustentável em todos os países, particularmente nos países em desenvolvimento;

17.17 Incentivar e promover parcerias públicas, público-privadas e com a sociedade civil eficazes, a partir da experiência das estratégias de mobilização de recursos dessas parcerias.

Dados, monitoramento e prestação de contas

17.18 Até 2020, reforçar o apoio à capacitação para os países em desenvolvimento, inclusive para os países menos desenvolvidos e pequenos Estados insulares em desenvolvimento, para aumentar significativamente a disponibilidade de dados de alta qualidade, atuais e confiáveis, desagregados por renda, gênero, idade, raça, etnia, status migratório, deficiência, localização geográfica e outras características relevantes em contextos nacionais;

17.19 Até 2030, valer-se de iniciativas existentes para desenvolver medidas do progresso do desenvolvimento sustentável que complementem o produto interno bruto [PIB] e apoiem a capacitação estatística nos países em desenvolvimento.

ANEXO C - Tabela de resultados do Mini Gentilezas em 3 anos de projeto

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
DF - Brasília	05-06/2016	256	18	0	34	97	1046	1451	2
RJ - Rio de Janeiro	05-06/2016	238	93	30	0	791	2834	3986	697
SP - São Paulo	05-06/2016	596	141	8	0	405	3064	4214	418
Total por itens		1090	252	38	34	1293	6944	9651	1117
MG - Belo Horizonte & Contagem	07/2016	229	43	173	0	246	124	815	0
DF - Brasília	07/2016	0	26	265	58	223	466	1038	0
SP - Limeira	07/2016	168	12	0	0	121	367	668	93
RS - Porto Alegre	07/2016	1	0	1	47	52	223	324	111
RJ - Rio de Janeiro	07/2016	715	120	8	0	944	2706	4493	334
SP - São Paulo	07/2016	884	104	15	96	1317	4769	7185	920
SP - Diadema	07/2016	129	55	0	1	29	218	432	0
Total por itens		2126	360	462	202	2932	8873	14955	1458
MG - Belo Horizonte & Contagem	08/2016	4	2	168	2	131	70	377	0
RJ - Rio de Janeiro	08/2016	731	72	1167	63	1114	1740	4887	502
RJ - Niterói & São Gonçalo	08/2016	64	0	0	45	171	445	725	29
SP - Rio Claro & São Carlos	08/2016	9	0	5	3	3	5	25	0
RS - Porto Alegre	08/2016	1	3	76	28	78	267	453	111
SP - Guarulhos	08/2016	8	28	84	16	75	76	287	0
SP - Limeira	08/2016	0	0	98	9	62	38	207	21
SP - Piracicaba	08/2016	6	0	78	4	100	58	246	2
SP - São Paulo	08/2016	647	165	2940	272	2739	3863	10626	697
SP - Campinas	08/2016	0	9	136	12	116	95	368	0
Total por itens		1470	279	4752	454	4589	6657	18201	1362
CE - Fortaleza	09/2016	0	53	76	53	87	317	586	284
DF - Brasília	09/2016	109	1	203	13	290	956	1572	139
MG - Belo Horizonte & Contagem	09/2016	22	0	197	0	98	153	470	35
PR - Curitiba	09/2016	0	1	69	1	41	19	131	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	09/2016	86	7	348	22	330	342	1135	111
RJ - Rio de Janeiro	09/2016	1230	420	895	180	558	7376	10659	334
RS - Porto Alegre	09/2016	148	22	31	17	191	307	716	200
RS - Venâncio Aires	09/2016	0	0	32	5	30	20	87	0
SP - Guarulhos	09/2016	0	0	45	0	34	24	103	5
SP - Limeira	09/2016	8	0	187	3	172	49	419	0
SP - Piracicaba	09/2016	0	0	24	1	52	17	94	0
SP - Rio Claro & São Carlos	09/2016	3	2	29	2	18	12	66	0

País/Estado/Cidade	Período	Absorvente	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - São Paulo	09/2016	342	176	1775	161	1383	2742	6579	184
Total por itens		1948	682	3911	458	3284	12334	22617	1292
PR - Curitiba	10/2016	6	1	394	1	560	80	1042	264
MG - Belo Horizonte & Contagem	10/2016	0	4	73	7	112	86	282	61
DF - Brasília	10/2016	138	83	283	47	280	294	1125	234
CE - Fortaleza	10/2016	200	57	137	152	136	655	1337	72
RJ - Niterói & São Gonçalo	10/2016	64	2	215	16	411	274	982	40
RJ - Rio de Janeiro	10/2016	1458	63	1474	390	1514	2797	7696	753
RS - Guaporé	10/2016	150	1	0	0	17	191	359	251
RS - Porto Alegre	10/2016	30	0	331	1	254	123	739	264
SP - Campinas	10/2016	0	4	130	14	300	34	482	0
SP - Guarulhos	10/2016	86	8	112	51	150	232	639	0
SP - Indaiatuba	10/2016	46	12	55	0	38	221	372	0
SP - Limeira	10/2016	72	26	161	26	186	381	852	0
SP - Piracicaba	10/2016	1	0	61	0	69	26	157	7
SP - Rio Claro & São Carlos	10/2016	31	14	26	6	23	122	222	0
SP - Santos	10/2016	8	12	138	22	135	188	503	38
SP - Barueri & Santana & Osasco	10/2016	308	142	18	31	36	1680	2215	7
SP - São Paulo	10/2016	4180	233	2145	532	3237	5203	15530	725
Total por itens		6778	662	5753	1296	7458	12587	34534	2716
CE - Fortaleza	11/2016	306	196	1575	319	1379	2517	6292	429
DF - Brasília	11/2016	146	70	179	51	156	123	725	7
GO - Goiânia	11/2016	0	0	65	0	96	72	233	0
MG - Belo Horizonte	11/2016	108	56	273	5	170	552	1164	0
MG - Contagem	11/2016	1	0	18	0	26	16	61	0
MG - Nova Lima	11/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
PR - Curitiba	11/2016	0	0	99	2	75	12	188	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	11/2016	45	29	326	45	331	1536	2312	129
RJ - Rio de Janeiro	11/2016	321	39	581	34	580	886	2441	223
RS - Guaporé	11/2016	0	4	27	4	13	184	232	3
RS - Porto Alegre	11/2016	0	0	144	0	105	43	292	83
RS - Venâncio Aires	11/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	11/2016	1	0	35	4	54	46	140	0
SP - Campinas	11/2016	0	37	998	70	520	209	1834	0
SP - Guarulhos	11/2016	77	1	118	3	135	112	446	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros Itens	Total	Descartados
SP - Indaiatuba	11/2016	0	0	38	0	29	140	207	0
SP - Limeira	11/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	11/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Piracicaba	11/2016	0	0	37	0	49	2	88	0
SP - Rio Claro & São Carlos	11/2016	16	0	0	3	7	26	52	4
SP - Piracicaba	11/2016	0	0	37	0	49	2	88	0
SP - Santos	11/2016	64	24	175	81	213	329	886	85
SP - São Paulo	11/2016	297	80	1725	125	1804	2061	6092	105
Total por itens		1382	536	6450	746	5791	8868	23773	1068
CE - Fortaleza	12/2016	200	4	450	44	372	336	1406	105
DF - Brasília	12/2016	0	28	251	52	159	1082	1572	10
GO - Goiânia	12/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
MG - Belo Horizonte & Contagem	12/2016	40	4	84	15	161	108	412	0
MG - Nova Lima	12/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	12/2016	32	3	286	38	334	1654	2347	41
RJ - Rio de Janeiro	12/2016	681	13	1015	194	1106	1185	4194	5271
RS - Guaporé	12/2016	0	0	19	0	17	16	52	0
RS - Porto Alegre	12/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
RS - Venâncio Aires	12/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Campinas	12/2016	0	0	375	74	312	426	1187	0
SP - Guarulhos	12/2016	0	0	45	0	34	24	103	0
SP - Indaiatuba	12/2016	18	0	33	0	19	103	173	27
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	12/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Limeira	12/2016	0	0	102	2	67	43	214	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	12/2016	0	0	83	2	91	75	251	29
SP - Piracicaba	12/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Rio Claro & São Carlos	12/2016	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Santos	12/2016	64	2	64	37	76	239	482	0
SP - São Paulo	12/2016	675	114	2329	171	4159	3266	10714	284
PR - Curitiba	12/2016	12	0	102	4	74	67	259	1
Total por itens		1722	168	5238	633	6981	8624	23366	5768
CE - Fortaleza	01/2017	152	39	563	15	328	228	1325	125
DF - Brasília	01/2017	0	0	395	66	172	435	1068	0
GO - Goiânia	01/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
MG - Belo Horizonte & Contagem	01/2017	32	6	110	3	65	72	288	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
PR - Curitiba	01/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	01/2017	100	1	115	46	313	739	1314	78
RJ - Rio de Janeiro	01/2017	517	79	1373	167	1089	1130	4355	808
RS - Guaporé	01/2017	0	1	6	0	29	10	46	0
RS - Porto Alegre	01/2017	0	2	102	16	67	72	259	61
RS - Venâncio Aires	01/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	01/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Campinas	01/2017	50	79	623	82	402	670	1906	0
SP - Guarulhos	01/2017	0	0	45	0	34	26	105	0
SP - Indaiatuba	01/2017	0	0	79	3	98	80	260	1
SP - Limeira	01/2017	0	0	34	32	15	61	142	0
SP - Limeira	01/2017	0	0	34	32	15	61	142	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	01/2017	4	0	301	10	171	536	1022	0
SP - Piracicaba	01/2017	0	0	17	0	31	5	53	0
SP - Rio Claro & São Carlos	01/2017	0	7	7	0	23	3	40	0
SP - Santos	01/2017	0	0	72	17	41	76	206	0
SP - São Paulo	01/2017	665	141	2369	167	2188	2518	8048	256
Total por itens		1520	356	6245	656	5081	6722	20579	1329
* EUA - CA - San Francisco	02/2017	63	12	129	30	76	320	630	0
CE - Fortaleza	02/2017	168	105	453	79	352	777	1934	278
DF - Brasília	02/2017	24	1	277	4	178	339	823	194
GO - Goiânia	02/2017	0	0	120	0	60	30	210	0
MG - Belo Horizonte & Contagem	02/2017	20	0	80	55	67	90	312	22
MG - Nova Lima	02/2017	0	0	59	0	54	54	167	0
PR - Curitiba	02/2017	48	7	85	85	67	142	434	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	02/2017	248	2	82	147	139	314	932	30
RJ - Rio de Janeiro	02/2017	702	69	764	293	634	1126	3588	557
RS - Guaporé	02/2017	0	1	6	0	29	10	46	0
RS - Porto Alegre	02/2017	0	0	49	5	28	159	241	136
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	02/2017	0	0	15	0	12	8	35	0
SP - Campinas	02/2017	150	141	1031	201	601	819	2943	0
SP - Guarulhos	02/2017	3	1	145	0	104	130	383	6
SP - Indaiatuba	02/2017	0	0	34	0	34	215	283	0
SP - Piracicaba	02/2017	6	0	38	0	35	7	86	0
SP - Rio Claro & São Carlos	02/2017	0	0	3	1	1	60	65	0

País/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros Itens	Total	Descartados
SP - Santos	02/2017	2	11	131	20	106	160	430	8
SP - São Paulo	02/2017	176	74	1601	154	1080	2304	5389	139
SP - Barueri & Santana & Osasco	02/2017	4	0	269	9	146	519	947	96
RS - Venâncio Aires	02/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Limeira	02/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
RS - Venâncio Aires	02/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
Total por Itens		1614	424	5371	1083	3803	7683	19878	1466
SP - Guarulhos	03/2017	0	2	182	2	143	25	354	1
DF - Brasília	03/2017	46	40	178	16	212	1002	1494	5
RJ - Três Rios	03/2017	0	0	97	26	45	29	197	0
CE - Fortaleza	03/2017	176	105	252	101	195	814	1643	111
GO - Goiânia	03/2017	0	2	90	0	20	30	142	0
SP - São Carlos	03/2017	0	0	28	0	14	0	42	0
SP - Rio Claro	03/2017	0	0	18	0	12	0	30	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	03/2017	162	50	226	55	295	1939	2727	56
RJ - Rio de Janeiro	03/2017	414	120	1253	168	1191	1410	4556	390
PE - Recife	03/2017	96	0	160	30	180	90	556	23
SP - Indaiatuba	03/2017	0	0	148	3	110	255	516	0
RS - Porto Alegre	03/2017	80	3	107	6	137	374	707	8
PR - Curitiba	03/2017	64	6	155	55	121	471	872	106
SP - Barueri & Santana & Osasco	03/2017	8	0	8	1	5	8	30	7
* EUA - CA - San Francisco	03/2017	61	0	17	20	0	307	405	0
SP - Piracicaba	03/2017	0	0	21	2	14	16	53	0
SP - Limeira	03/2017	0	0	31	0	33	11	75	0
SP - São Paulo	03/2017	1238	295	2057	811	2355	5387	12143	223
RS - Venâncio Aires	03/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
RS - Guaporé	03/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	03/2017	0	0	38	5	16	19	78	0
SP - São José dos Campos	03/2017	0	0	240	15	65	49	369	43
MG - Belo Horizonte & Contagem	03/2017	25	36	155	109	203	281	809	0
ES - Vitória & Serra	03/2017	0	0	27	0	27	15	69	1
SP - Campinas	03/2017	0	0	104	0	92	64	260	0
SP - Santos	03/2017	1	6	154	4	249	307	721	68
Total por Itens		2371	665	5746	1429	5734	12903	28848	1042
SP - Guarulhos	04/2017	0	0	40	3	34	29	106	1

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
CE - Fortaleza	04/2017	48	6	543	42	427	329	1395	55
MG - Juiz de Fora	04/2017	0	0	10	0	6	4	20	3
RJ - Rio de Janeiro	04/2017	120	28	1016	105	948	1725	3942	306
DF - Brasília	04/2017	64	76	178	1	110	326	755	0
SP - Indaiatuba	04/2017	0	0	56	76	82	184	398	7
SP - Rio Claro & São Carlos	04/2017	0	0	24	0	10	26	60	0
PE - Recife	04/2017	0	0	106	15	136	74	331	28
PR - Curitiba	04/2017	43	11	605	73	329	752	1813	47
RJ - Três Rios	04/2017	0	10	46	6	32	11	105	0
SP - São Paulo	04/2017	1310	121	1779	662	2148	8631	14651	476
SP - Piracicaba	04/2017	0	0	67	2	49	18	136	0
SP - Limeira	04/2017	0	0	0	0	0	64	64	0
RS - Guaporé	04/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - São José dos Campos	04/2017	0	8	208	51	77	148	492	37
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	04/2017	0	0	13	0	0	8	21	0
MG - Belo Horizonte & Contagem	04/2017	0	0	85	10	55	58	208	0
SP - Campinas	04/2017	0	0	150	0	0	2	152	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	04/2017	8	0	58	2	47	30	145	4
RJ - Niterói & São Gonçalo	04/2017	81	10	153	66	78	583	971	35
GO - Goiânia	04/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
ES - Vitória & Serra	04/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
Total por itens		1674	270	5137	1114	4568	13002	25765	999
SP - São Bernardo do Campo	04/2017	0	0	0	0	2	3	5	0
RS - Porto Alegre	04/2017	94	35	219	54	307	432	1141	804
SP - Santo André	05/2017	0	0	72	0	89	14	175	11
SP - Santos	04/2017	0	2	83	18	30	64	197	25
RJ - Niterói & São Gonçalo	05/2017	408	13	544	544	288	1588	3385	18
MG - Itajubá	05/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - São Bernardo do Campo	05/2017	30	2	57	14	63	361	527	0
CE - Fortaleza	05/2017	24	11	528	60	1373	749	2745	278
GO - Goiânia	05/2017	8	5	105	30	35	67	250	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	05/2017	8	0	2030	2	23	42	2105	7
SP - Guarulhos	05/2017	16	61	407	2	375	114	975	11
SP - Rio Claro & São Carlos	05/2017	0	0	7	2	5	5	19	0
RS - Guaporé	05/2017	0	1	6	0	29	10	46	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros Itens	Total	Descartados
PR - Curitiba	05/2017	96	15	525	148	277	714	1775	78
SP - São Paulo	05/2017	623	79	2467	303	1668	4550	9690	404
SP - Indaiatuba	05/2017	0	0	47	2	36	68	153	55
SP - Campinas	05/2017	0	0	180	0	125	137	442	0
RJ - Três Rios	05/2017	10	20	82	24	45	252	433	0
* EUA - CA - San Francisco	05/2017	108	4	138	27	87	443	807	10
RJ - Rio de Janeiro	05/2017	136	14	1310	135	923	1107	3625	502
SP - Limeira	05/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
MG - Juiz de Fora	05/2017	0	0	19	1	16	46	82	288
SP - Piracicaba	05/2017	0	0	49	0	53	3	105	0
DF - Brasília	05/2017	88	102	150	70	115	602	1127	0
SP - Santos	05/2017	32	4	121	16	74	147	394	4
SP - São José dos Campos	05/2017	0	0	451	40	433	76	1000	78
ES - Vitória & Serra	05/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
Total por Itens		1681	368	9597	1492	6471	11594	31203	2573
SP - Indaiatuba	06/2017	0	0	65	10	64	71	210	18
SP - Santo André	06/2016	0	0	90	2	70	51	213	7
SP - Barueri & Santana & Osasco	06/2016	0	1	27	34	13	283	358	4
CE - Fortaleza	06/2017	112	54	648	54	511	584	1963	215
MG - Belo Horizonte & Contagem	06/2017	56	1	6	2	10	27	102	3
SP - Guarulhos	06/2016	40	0	14	33	22	3	112	0
MG - Itajubá	06/2016	0	0	30	12	25	38	105	0
SP - São José dos Campos	06/2016	0	0	96	22	48	0	166	32
RJ - Niterói & São Gonçalo	06/2017	198	46	448	99	717	514	2022	45
GO - Goiania	06/2017	28	5	204	35	70	174	516	0
SP - Campinas	06/2016	0	0	218	9	102	331	660	0
RJ - Três Rios	06/2017	12	80	54	34	22	523	725	0
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	05/2017	0	0	50	0	45	37	132	0
MG - Juiz de Fora	06/2017	0	0	105	50	72	37	264	30
SP - Rio Claro & São Carlos	06/2017	0	7	7	0	7	0	21	7
DF - Brasília	06/2017	0	15	198	44	138	330	725	13
* EUA - CA - San Francisco	06/2017	146	15	287	33	162	805	1448	23
SP - Piracicaba	06/2017	8	1	92	7	61	47	216	0
ES - Vitória & Serra	06/2017	0	0	20	2	10	10	42	5
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	06/2016	0	0	22	0	21	5	48	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
PE - Recife	06/2016	0	31	209	30	239	177	686	31
SP - Limeira	06/2016	0	0	19	1	45	5	70	0
RS - Guaporé	06/2017	0	3	5	0	4	21	33	3
MG - Belo Horizonte & Contagem	05/2017	5	0	46	3	37	30	121	39
RS - Porto Alegre	05/2017	0	0	11	0	0	12	23	2
RS - Porto Alegre	06/2017	32	0	76	11	43	21	183	17
RJ - Rio de Janeiro	06/2017	225	72	839	229	803	2471	4639	306
SP - São Bernardo do Campo	06/2017	0	13	89	9	84	118	313	0
SP - São Paulo	06/2016	171	151	1863	454	1204	3219	7062	87
Total por itens		1033	495	5838	1219	4649	9944	23178	887
GO - Goiânia	07/2017	0	5	117	0	30	44	196	0
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	07/2017	51	0	156	4	85	142	438	23
SP - Guarulhos	07/2017	0	3	146	12	100	113	374	31
RS - Guaporé	07/2017	0	1	16	0	31	5	53	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	07/2017	52	1	60	15	25	164	317	4
CE - Fortaleza	07/2017	26	13	825	90	591	548	2093	89
RJ - Três Rios	07/2017	24	42	118	36	68	688	976	0
SP - Santo André	07/2017	1	72	45	147	151	142	558	50
SP - Limeira	07/2017	0	0	19	1	46	6	72	0
SP - Rio Claro & São Carlos	07/2017	0	0	68	0	130	4	202	13
SP - Cotia	07/2017	20	0	27	4	29	15	95	5
SP - Indaiatuba	07/2017	84	4	427	25	331	245	1116	58
PR - Curitiba	07/2017	160	1	425	74	378	377	1415	62
RS - Porto Alegre	07/2017	16	8	14	0	41	22	101	15
SP - Campinas	07/2017	0	0	496	0	321	607	1424	0
SP - São Paulo	07/2017	226	88	1066	227	770	2214	4591	278
RJ - Niterói & São Gonçalo	07/2017	1266	6	440	38	282	3519	5551	84
SP - São José do Rio Preto	07/2017	0	0	7	3	10	15	35	0
MG - Belo Horizonte & Contagem	07/2017	2350	9	296	83	483	880	4101	5
ES - Vitória & Serra	07/2017	26	1	35	0	12	60	134	15
SP - Piracicaba	07/2017	0	11	66	22	94	54	247	0
RJ - Rio de Janeiro	07/2017	473	154	1434	398	1389	1551	5399	725
MG - Juiz de Fora	07/2017	0	0	33	0	18	0	51	10
* EUA - CA - San Francisco	07/2017	207	4	104	13	108	564	1000	2
PE - Recife	07/2017	0	0	71	0	67	18	156	12

Pais/Estado/Cidade	Periodo	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - São José dos Campos	07/2017	0	0	46	6	21	50	123	31
DF - Brasília	07/2017	50	36	368	39	236	378	1107	25
SP - São Bernardo do Campo	07/2017	0	2	12	5	12	20	51	0
MG - Itajubá	07/2017	0	0	17	0	19	28	64	1
Total por itens		5032	461	6954	1242	5878	12473	32040	1538
SP - Santos	07/2017	40	16	243	52	292	316	959	10
RJ - Três Rios	08/2017	0	24	170	12	56	95	357	0
GO - Goiania	08/2017	24	20	106	35	56	167	408	0
SP - Guarulhos	08/2017	0	6	188	7	161	145	507	23
SP - Cotia	08/2017	30	7	8	3	4	5	57	1
SP - São José dos Campos	08/2017	0	0	80	0	44	13	137	37
DF - Brasília	08/2017	80	6	185	11	147	234	663	11
SP - Santo André	08/2017	0	0	125	3	134	34	296	4
CE - Fortaleza	08/2017	0	9	661	76	596	499	1841	273
RS - Porto Alegre	08/2017	114	3	175	100	171	129	692	158
RJ - Niterói & São Gonçalo	08/2017	1142	7	512	58	606	1382	3707	41
SP - Rio Claro & São Carlos	08/2017	0	0	98	0	114	37	249	5
SP - São José do Rio Preto	08/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Piracicaba	08/2017	5	0	80	5	99	39	228	0
SP - Limeira	08/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Indaiatuba	08/2017	132	16	603	58	363	591	1763	70
ES - Vitória & Serra	08/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - São Paulo	08/2017	700	206	2308	651	2188	2987	9040	780
SP - Campinas	08/2017	0	189	1321	477	687	1550	4224	0
MG - Juiz de Fora	08/2017	0	0	26	0	10	0	36	4
MG - Belo Horizonte & Contagem	08/2017	0	4	323	2	330	363	1022	10
RJ - Rio de Janeiro	08/2017	731	66	2571	135	2191	2444	8138	1310
RS - Guaporé	08/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - São Bernardo do Campo	08/2017	0	1	25	10	25	30	91	0
Total por itens		2998	580	9808	1695	8274	11060	34415	2737
PR - Curitiba	08/2017	14	6	451	123	510	295	1399	93
SP - Barueri & Santana & Osasco	08/2017	0	5	71	69	55	254	454	2
PE - Recife	08/2017	0	12	155	38	221	75	501	32
MG - Itajubá	09/2017	0	0	31	0	11	10	52	3
CE - Fortaleza	09/2017	100	0	673	55	482	483	1793	125

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
RJ - Niterói & São Gonçalo	09/2017	441	0	680	287	885	2263	4556	35
SP - Indaiatuba	09/2017	50	6	343	13	230	242	884	4
RS - Guaporé	09/2017	0	2	13	0	17	92	124	0
SP - Guarulhos	09/2017	0	2	154	21	82	100	359	8
MG - Juiz de Fora	09/2017	0	0	44	30	30	1	105	10
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	09/2017	0	6	242	6	239	123	616	6
SP - São José dos Campos	09/2017	0	0	33	0	0	12	45	0
GO - Goiânia	09/2017	25	2	144	18	78	130	397	2
RJ - Três Rios	09/2017	0	36	98	24	36	289	483	0
* EUA - CA - San Francisco	09/2017	497	11	174	28	294	780	1784	15
RJ - Rio de Janeiro	09/2017	874	20	2136	194	1445	1277	5946	334
PR - Curitiba	09/2017	1	8	462	54	362	280	1167	57
SP - Cotia	09/2017	0	0	12	1	16	7	36	0
SP - Limeira	09/2017	0	0	20	0	32	6	58	0
SP - São Paulo	09/2017	183	83	1686	331	1319	3640	7242	226
RS - Porto Alegre	09/2017	1	2	66	2	78	113	262	5
DF - Brasília	09/2017	63	40	461	45	249	325	1183	56
SP - Piracicaba	09/2017	0	0	19	0	16	1	36	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	09/2017	0	3	89	0	72	13	177	4
SE - Aracaju	09/2017	24	4	0	3	19	6	56	0
SP - Santo André	09/2017	24	0	79	12	68	57	240	10
SP - Rio Claro & São Carlos	09/2017	0	0	4	0	8	7	19	5
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	09/2017	25	1	192	10	186	48	482	25
MG - Belo Horizonte & Contagem	09/2017	6	0	17	0	7	4	34	0
SP - São Bernardo do Campo	09/2017	0	0	12	2	25	5	44	58
Total por itens		2328	249	8561	1366	7072	10938	30514	1115
PE - Recife	09/2017	16	18	230	35	129	117	545	0
RS - Guaporé	10/2017	0	0	6	0	3	14	23	0
* EUA - CA - San Francisco	10/2017	80	29	114	19	168	727	1137	40
CE - Fortaleza	10/2017	16	6	729	70	610	1212	2643	78
SP - Jundiaí	10/2017	0	0	56	0	44	26	126	1
BA - Salvador	10/2017	160	22	228	21	247	135	813	71
SP - Guarulhos	10/2017	15	0	3	3	3	50	74	0
SP - Rio Claro & São Carlos	10/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
RJ - Três Rios	10/2017	0	80	164	12	80	344	660	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - Santo André	10/2017	0	1	290	30	224	139	684	30
SP - São José dos Campos	10/2017	0	4	852	249	226	147	1478	116
MG - Belo Horizonte & Contagem	10/2017	6	3	200	0	256	293	758	5
SP - Barueri & Santana & Osasco	10/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	10/2017	320	13	179	17	199	615	1343	0
RS - Porto Alegre	10/2017	20	0	146	0	98	113	377	13
PR - Curitiba	10/2017	11	12	371	127	504	1014	2039	177
SP - Limeira	10/2017	10	0	35	4	78	12	139	0
SP - Cotia	10/2017	0	0	4	4	11	0	19	0
SP - Indaiatuba	10/2017	0	35	229	47	214	232	757	12
SP - Campinas	10/2017	98	0	535	202	500	876	2211	0
SP - São Paulo	10/2017	349	52	1109	131	1071	2046	4758	105
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	10/2017	0	0	74	2	24	10	110	15
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	10/2017	16	7	103	0	49	114	289	2
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	10/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
PE - Recife	10/2017	0	0	61	0	53	15	129	0
SE - Aracaju	10/2017	0	0	0	1	12	0	13	0
DF - Brasília	10/2017	15	16	533	137	312	621	1634	38
RJ - Rio de Janeiro	10/2017	368	24	1249	230	1089	1604	4564	278
SP - São Bernardo do Campo	10/2017	0	0	0	0	0	42	42	0
SP - Piracicaba	10/2017	0	1	12	1	14	4	32	0
Total por itens		1500	323	7512	1342	6218	10522	27417	981
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	11/2017	23	0	130	2	161	473	789	28
SP - Santos	10/2017	0	10	340	156	5	332	843	6
SP - Jundiaí	11/2017	0	0	275	8	274	129	686	18
CE - Fortaleza	11/2017	41	61	671	45	467	413	1698	167
MG - Belo Horizonte & Contagem	11/2017	0	0	1087	8	646	639	2380	0
SP - Guarulhos	11/2017	0	0	140	8	132	99	379	1
SP - Rio Claro & São Carlos	11/2017	0	0	140	0	92	44	276	23
PE - Recife	11/2017	96	0	284	0	486	39	905	12
SP - Santo André	11/2017	0	4	47	2	20	55	128	0
SP - Indaiatuba	11/2017	0	0	230	26	241	167	664	22
RS - Porto Alegre	11/2017	38	0	215	0	166	162	581	21
SP - Franca	11/2017	60	18	171	11	106	539	905	0
RJ - Três Rios	11/2017	0	36	108	24	60	250	478	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
MG - Juiz de Fora	11/2017	0	0	102	15	78	18	213	25
DF - Brasília	11/2017	0	85	115	35	56	345	636	2
SP - Cota	11/2017	63	1	16	3	12	37	132	24
SP - São José dos Campos	11/2017	0	0	121	37	76	14	248	18
SP - Piracicaba	11/2017	0	0	29	8	40	8	85	0
PR - Curitiba	11/2017	195	11	559	62	389	672	1888	114
SP - Limeira	11/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	11/2017	1008	18	734	710	656	4615	7741	105
SP - São Paulo	11/2017	38	101	1613	244	1038	2291	5325	241
BA - Salvador	11/2017	36	4	152	87	229	199	707	19
SP - Campinas	11/2017	48	139	449	183	912	759	2490	0
SE - Aracaju	11/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
RS - Guaporé	11/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
MG - Itajubá	11/2017	0	0	5	0	5	0	10	0
* EUA - CA - San Francisco	11/2017	275	44	258	109	297	1105	2088	55
SP - São Bernardo do Campo	11/2017	0	5	105	11	112	43	276	25
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	11/2017	40	16	235	13	77	149	530	7
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	11/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
RJ - Rio de Janeiro	11/2017	340	53	1368	118	1170	1714	4763	687
Total por itens		2301	606	9699	1925	8003	15310	37844	1620
SP - Barueri & Santana & Osasco	11/2017	0	10	215	23	306	143	697	32
PR - Curitiba	12/2017	0	1	273	11	221	137	643	19
RS - Guaporé	12/2017	0	1	21	1	6	7	36	0
AL - Maceió	12/2017	0	0	33	0	31	171	235	0
CE - Fortaleza	12/2017	216	118	510	185	236	1754	3019	83
SP - Jundiaí	12/2017	0	2	625	33	268	419	1347	16
SP - Cota	12/2017	7	0	67	3	54	25	156	37
SP - Campinas	12/2017	87	176	641	96	432	782	2214	0
SP - Guarulhos	12/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
RJ - Três Rios	12/2017	0	24	72	12	24	198	330	0
SP - Franca	12/2017	0	6	89	26	77	537	735	0
SP - Rio Claro & São Carlos	12/2017	0	1	105	22	109	69	306	79
SP - Indaiatuba	12/2017	7	3	568	16	326	309	1229	39
SP - Santo André	12/2017	0	0	70	13	190	41	314	6
RJ - Niterói & São Gonçalo	12/2017	211	3	505	93	758	1144	2714	75

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
BA - Salvador	12/2017	83	1	194	10	234	58	580	66
SE - Aracaju	12/2017	0	30	0	24	24	0	78	0
SP - São Bernardo do Campo	12/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Limeira	12/2017	0	0	0	0	0	0	0	0
RS - Porto Alegre	12/2017	0	0	40	0	23	33	96	2
RJ - Rio de Janeiro	12/2017	364	93	1754	106	1434	2684	6435	334
SP - Santos	12/2017	28	0	27	22	29	0	106	0
SP - São Paulo	12/2017	1653	127	1660	467	1671	4121	9699	223
SP - São José dos Campos	12/2017	0	6	70	0	43	8	127	12
SP - Piracicaba	12/2017	0	1	44	1	52	16	114	0
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	12/2017	96	5	168	0	67	135	471	23
Total por itens		2752	608	7751	1164	6615	12791	31681	1046
PE - Recife	12/2017	56	10	269	6	235	207	783	43
MG - Belo Horizonte & Contagem	12/2017	0	0	107	25	171	94	397	228
DF - Brasília	12/2017	320	100	543	143	746	563	2415	128
CE - Fortaleza	01/2018	0	51	758	74	601	284	1768	13
SP - Santos	01/2018	9	0	14	8	3	41	75	1
SP - Jundiaí	01/2018	0	0	244	3	103	14	364	0
RJ - Rio de Janeiro	01/2018	527	94	1960	330	1714	3313	7938	840
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	01/2018	36	9	348	12	271	371	1047	48
SP - Guarulhos	01/2018	176	9	88	2	97	410	782	2
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	01/2018	0	4	102	13	110	141	370	4
RJ - Três Rios	01/2018	0	40	94	18	25	62	239	0
SP - Franca	01/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Rio Claro & São Carlos	01/2018	0	2	87	3	53	71	216	27
PR - Curitiba	01/2018	144	23	277	15	240	210	909	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	01/2018	130	70	281	127	610	391	1609	38
SP - Cotia	01/2018	0	0	54	0	67	11	132	28
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	01/2018	0	0	61	7	17	33	118	0
SP - Indaiatuba	01/2018	170	88	1060	84	640	1016	3058	23
RS - Porto Alegre	01/2018	0	0	154	4	65	26	249	0
SP - Santo André	01/2018	0	0	89	0	103	30	222	7
* EUA - CA - San Francisco	01/2018	168	4	280	164	272	406	1294	12
MG - Belo Horizonte & Contagem	01/2018	8	3	364	6	337	227	945	59
SP - Campinas	01/2018	42	63	572	143	342	694	1856	29

País/Estado/Cidade	Período	Absorvente	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - São José dos Campos	01/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Limeira	01/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SE - Aracaju	01/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
AL - Maceió	01/2018	0	0	51	30	152	371	604	0
SP - Piracicaba	01/2018	3	0	48	5	43	22	121	1
SP - São Bernardo do Campo	01/2018	0	0	12	3	65	23	103	0
PE - Recife	01/2018	64	3	131	4	78	154	434	72
SP - São Paulo	01/2018	1968	115	1406	328	636	2761	7214	52
SP - Franca	02/2018	8	28	184	77	127	511	935	0
BA - Salvador & Feira de Santana	01/2018	16	1	234	10	209	144	614	55
Total por itens		3845	717	9872	1644	8132	12601	36811	1710
RS - Guaporé	01/2018	0	2	7	0	4	13	26	0
SP - Santos	02/2018	0	0	54	0	48	36	138	0
PR - Curitiba	02/2018	322	17	339	39	261	349	1327	17
SP - Indaiatuba	02/2018	0	5	397	122	286	409	1219	36
DF - Brasília	02/2018	318	73	1125	91	1253	1251	4111	13
SP - Campinas	02/2018	0	0	1689	423	846	4207	7165	19
SP - Guarulhos	02/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - São Paulo	02/2018	172	99	954	190	723	1684	3822	256
SP - São José dos Campos	02/2018	5	15	155	18	68	25	286	23
SP - Cotia	02/2018	0	0	0	2	19	59	80	4
SP - Santo André	02/2018	0	0	90	10	142	31	273	0
CE - Fortaleza	02/2018	8	32	367	2	371	389	1169	89
BA - Salvador & Feira de Santana	02/2018	1	8	178	5	102	141	435	61
RJ - Niterói & São Gonçalo	02/2018	110	2	168	208	143	565	1196	55
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	02/2018	32	2	74	3	27	68	206	5
SP - Limeira	02/2018	0	0	99	9	47	69	224	0
SP - Piracicaba	02/2018	0	1	77	25	104	40	247	0
MG - Uberaba	02/2018	40	20	164	54	112	274	664	27
RJ - Três Rios	02/2018	0	24	127	26	45	50	272	0
RJ - Rio de Janeiro	02/2018	783	32	1352	189	1236	2532	6124	543
RS - Porto Alegre	02/2018	0	0	13	0	19	5	37	0
SP - Jundiaí	02/2018	0	6	493	25	203	210	937	70
RS - Guaporé	02/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
AL - Maceió	02/2018	346	0	0	6	0	53	405	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - Barueri & Santana & Osasco	02/2018	0	0	190	0	225	33	448	130
SE - Aracaju	02/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
PE - Recife	02/2018	0	0	37	0	13	24	74	27
* EUA - CA - San Francisco	03/2018	80	4	174	34	51	373	716	27
SP - Ribeirão Preto	02/2018	64	28	3	0	16	2	113	0
SP - São Bernardo do Campo	02/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	02/2018	16	2	79	7	76	46	226	6
Total por itens		2297	372	8405	1488	6440	12938	31940	1408
SP - Rio Claro & São Carlos	02/2018	1	6	191	4	97	36	335	10
RJ - Buzios	02/2018	0	1	36	3	15	69	124	0
SP - Santos	03/2018	1	0	59	26	62	56	204	0
RJ - Três Rios	03/2018	0	1353	78	12	1618	230	3291	0
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	03/2018	48	8	464	17	297	64	898	0
CE - Fortaleza	03/2018	8	30	916	121	390	121	1586	97
* Canadá - Toronto	03/2018	36	0	3	2	3	10	54	0
SP - Ribeirão Preto	03/2018	0	1	44	2	27	19	93	3
SP - Guarulhos	03/2018	0	0	8	6	5	12	31	0
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	03/2018	32	7	106	10	58	114	327	14
SP - Santo André	03/2018	0	0	72	7	59	16	154	1
PR - Curitiba	03/2018	7	1	825	23	717	295	1868	65
RJ - Rio de Janeiro	03/2018	847	106	2144	341	1863	2804	8105	478
SP - Jundiaí	03/2018	0	8	458	60	189	463	1178	78
MG - Juiz de Fora	03/2018	0	0	120	1	190	40	351	16
RS - Guaporé	03/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Indaiatuba	03/2018	0	16	548	35	431	467	1497	28
RS - Porto Alegre	03/2018	122	5	127	22	108	380	764	14
SP - Campinas	03/2018	0	54	89	143	72	54	412	0
MG - Uberaba	03/2018	24	36	129	31	103	201	524	28
DF - Brasília	03/2018	0	0	186	15	101	107	409	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	03/2018	108	7	308	0	408	146	977	48
SP - São José dos Campos	03/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Limeira	03/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Cotia	03/2018	14	0	11	5	9	9	48	3
SP - São Bernardo do Campo	03/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Franca	03/2018	0	0	56	0	35	230	321	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros Itens	Total	Descartados
BA - Salvador & Feira de Santana	03/2018	0	13	203	1	702	63	982	36
AL - Maceió	03/2018	0	4	27	148	91	29	299	0
SE - Aracaju	03/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Piracicaba	03/2018	0	0	22	0	24	6	52	0
SP - Rio Claro & São Carlos	03/2018	0	1	49	8	18	36	112	0
SP - São Paulo	03/2018	186	84	1379	182	1030	1955	4816	105
Total por itens		1434	1741	8658	1225	8722	8032	29812	1024
PE - Recife	03/2018	80	14	256	5	256	178	789	56
* Canadá - Great Toronto	04/2018	36	1	104	4	50	148	343	2
MG - Belo Horizonte & Contagem	03/2018	23	7	260	16	379	394	1079	223
PR - Curitiba	04/2018	36	24	441	75	375	797	1748	47
CE - Fortaleza	04/2018	200	36	433	31	380	307	1387	145
RJ - Três Rios	04/2018	0	20	93	12	24	49	198	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	03/2018	0	0	57	0	20	38	115	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	04/2018	0	0	19	6	21	7	53	0
SP - Rio Claro & São Carlos	04/2018	0	1	50	1	46	37	135	1
SP - Franca	04/2018	9	0	108	15	100	451	683	237
GO - Goiania & Aparecida de Goiania	04/2018	8	4	118	0	60	50	240	1
SP - Jundiaí	04/2018	0	0	269	3	103	97	472	24
SP - São José dos Campos	04/2018	0	0	97	25	76	30	228	21
RJ - Araruama	04/2018	42	0	62	22	76	74	276	65
SP - Guarulhos	04/2018	0	0	64	117	66	42	289	10
SP - Cotia	04/2018	34	0	1	3	6	1	45	0
SP - São Paulo	04/2018	847	236	2334	646	2053	5678	11794	584
SP - Limeira	04/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Indaiatuba	04/2018	0	5	232	8	94	167	506	13
SP - Santo André	04/2018	0	0	176	1	152	58	387	5
SE - Aracaju	04/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
BA - Salvador & Feira de Santana	04/2018	124	57	388	14	350	349	1282	89
MG - Juiz de Fora	04/2018	0	1	94	9	66	49	219	72
MG - Uberaba	04/2018	43	19	244	49	184	394	933	42
SP - Campinas	04/2018	0	323	822	345	724	893	3107	40
RS - Porto Alegre	04/2018	8	2	198	2	108	112	430	20
RJ - Rio de Janeiro	04/2018	645	234	1899	360	2521	1851	7510	1006
DF - Brasília	04/2018	48	15	942	30	530	488	2053	15

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
AL - Maceió	04/2018	32	0	67	19	51	31	200	0
Total por itens		2215	999	9828	1818	8871	12770	36501	2718
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	04/2018	0	1	24	19	73	47	164	0
SP - Santos	04/2018	96	13	98	2	62	164	435	12
SP - Piracicaba	04/2018	0	0	0	0	28	0	28	0
ES - Cachoeiro de Itapemirim	05/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
CE - Fortaleza	05/2018	2	2	263	18	264	80	629	161
* EUA - CA - San Francisco	04/2018	105	6	232	35	94	503	975	0
* EUA - CA - San Francisco	05/2018	0	0	10	1	10	12	33	0
RJ - Três Rios	05/2018	0	35	76	23	46	121	301	0
* Canadá - Great Toronto	05/2018	72	4	82	5	88	122	373	7
PR - Curitiba	05/2018	0	4	538	16	349	255	1162	10
SP - Guarulhos	05/2018	1	0	16	3	5	1	26	0
SP - Rio Claro & São Carlos	05/2018	0	8	57	0	84	62	211	14
SP - Campinas	05/2018	0	187	453	78	341	725	1784	0
SP - Franca	05/2018	0	0	42	21	21	118	202	0
SP - Limeira	05/2018	0	0	0	0	1	12	13	0
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	05/2018	0	7	185	6	81	185	464	3
RJ - Niterói & São Gonçalo	05/2018	108	4	341	7	232	214	906	25
SP - Santo André	05/2018	1	5	120	25	133	122	406	2
RS - Porto Alegre	05/2018	0	0	40	0	49	9	98	1
SP - Cotia	05/2018	0	0	7	9	8	14	38	0
SP - São José dos Campos	05/2018	0	8	361	21	342	94	826	49
SP - Indaiatuba	05/2018	0	6	93	17	42	196	354	3
MG - Belo Horizonte & Contagem	05/2018	16	3	209	30	161	263	682	167
AL - Maceió	05/2018	0	0	61	6	57	90	214	0
MG - Juiz de Fora	05/2018	0	0	17	0	20	6	43	1
DF - Brasília	05/2018	45	26	689	55	319	543	1677	78
SP - Jundiaí	05/2018	0	0	583	16	280	418	1297	60
SP - Piracicaba	05/2018	0	0	124	16	140	79	359	0
RS - Guaporé	05/2018	0	1	6	0	5	30	42	0
PE - Recife	05/2018	16	2	158	31	145	69	421	18
MG - Uberaba	05/2018	32	12	261	31	184	393	913	24
RJ - Rio de Janeiro	05/2018	272	144	1440	161	1351	1531	4899	532
RJ - Araruama	05/2018	0	0	19	15	38	41	113	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros Itens	Total	Descartados
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	06/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
BA - Salvador & Feira de Santana	05/2018	370	27	964	125	1040	869	3395	103
SP - Barueri & Santana & Osasco	05/2018	0	0	64	0	52	14	130	0
SP - São Paulo	05/2018	215	119	2017	251	2786	2345	7733	161
Total por itens		1351	624	9650	1043	8931	9747	31346	1431
RJ - Niterói & São Gonçalo	04/2018	408	1	230	82	250	498	1469	22
SP - Jundiaí	06/2018	0	0	540	0	220	188	948	28
SP - Franca	06/2018	32	1	141	28	97	364	663	23
RJ - Buzios	05/2018	0	0	19	0	22	30	71	0
* Canadá - Great Toronto	06/2018	76	24	53	9	56	127	345	1
CE - Fortaleza	06/2018	50	5	822	49	433	275	1634	69
PR - Curitiba	06/2018	2	25	383	93	440	535	1478	4
SP - Guarulhos	06/2018	0	0	27	7	25	28	87	0
SP - Santos	06/2018	0	0	2	0	0	2	4	0
SP - Santos	05/2018	0	0	0	0	0	0	5	0
SP - Limeira	06/2018	0	0	0	2	0	0	1	0
RJ - Três Rios	06/2018	0	43	111	6	60	74	294	0
SP - Cotia	06/2018	0	2	45	0	14	42	103	21
SE - Aracaju	06/2018	0	0	1	8	19	2	30	0
* EUA - CA - San Francisco	06/2018	35	2	196	4	162	734	1133	14
MG - Uberaba	06/2018	24	12	128	34	102	268	568	8
RJ - Niterói & São Gonçalo	06/2018	285	2	449	55	433	420	1644	32
SP - Indaiatuba	06/2018	30	12	107	17	62	164	392	6
MG - Juiz de Fora	06/2018	0	0	46	0	3	4	53	1
PE - Recife	06/2018	80	0	225	5	170	32	512	20
DF - Brasília	06/2018	0	25	554	100	357	350	1386	15
SP - São José dos Campos	06/2018	0	12	219	55	76	93	455	23
GO - Goiania & Aparecida de Goiania	06/2018	0	0	47	36	22	4	109	0
RJ - Rio de Janeiro	06/2018	831	141	2242	279	1623	3268	8384	1077
SC - Blumenau	06/2018	22	0	60	8	52	19	161	0
SP - Santo André	06/2018	0	0	85	0	90	47	222	3
RS - Porto Alegre	06/2018	0	0	92	0	39	4	135	92
AL - Maceió	06/2018	136	1	32	0	33	25	227	0
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	06/2018	1	0	46	0	40	24	111	2
SP - São Paulo	06/2018	1100	262	1518	399	1050	3635	7964	173

País/Estado/Cidade	Período	Absorvente	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - Campinas	06/2018	0	187	454	78	341	550	1610	20
SP - Rio Claro & São Carlos	06/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
RJ - Araruama	06/2018	0	2	12	4	5	36	59	0
BA - Salvador & Feira de Santana	06/2018	0	4	95	6	100	109	314	30
Total por itens		3112	763	8981	1364	6396	11957	32573	1684
SP - Piracicaba	06/2018	0	0	24	2	24	9	59	0
SP - Taubaté	07/2018	0	0	0	6	10	122	138	0
MG - Belo Horizonte & Contagem	06/2018	48	32	1250	89	972	529	2920	223
SP - Jundiaí	07/2018	0	0	216	0	109	56	381	13
* Canadá - Great Toronto	07/2018	75	10	22	2	33	483	625	0
CE - Fortaleza	07/2018	180	17	384	140	362	247	1330	83
RJ - Três Rios	07/2018	0	46	95	6	72	142	361	0
RJ - Rio de Janeiro	07/2018	93	39	1696	107	1599	2282	5816	359
MS - Campo Grande	07/2018	1	1	101	144	219	226	692	306
RJ - Araruama	07/2018	0	0	4	0	3	0	7	0
SP - Franca	07/2018	0	0	88	0	66	207	361	0
PE - Recife	07/2018	96	0	152	2	127	74	451	0
RJ - Buzios	07/2018	0	2	35	5	12	45	99	0
RS - Guaporé	07/2018	0	0	4	0	5	8	17	0
RS - Guaporé	06/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Campinas	07/2018	45	0	357	43	198	365	1008	50
SP - Rio Claro & São Carlos	07/2018	0	0	162	0	157	18	337	0
SP - Santo André	07/2018	24	0	153	11	140	50	378	5
* EUA - CA - San Francisco	07/2018	35	2	122	13	131	757	1060	83
SP - Guarulhos	07/2018	0	0	291	0	243	16	550	2
SP - Limeira	07/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Cotia	07/2018	0	0	133	0	82	0	215	0
PR - Curitiba	07/2018	19	2	192	10	200	253	676	24
SP - São José dos Campos	07/2018	0	4	176	23	76	144	423	22
RJ - Niterói & São Gonçalo	07/2018	1	3	95	21	62	67	249	13
MG - Uberaba	07/2018	24	0	144	36	104	115	423	6
SP - Indaiatuba	07/2018	8	18	341	18	163	349	897	8
RS - Porto Alegre	07/2018	16	3	233	4	115	166	537	3
DF - Brasília	07/2018	26	549	736	497	4559	1778	8145	49
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	07/2018	0	0	53	36	32	43	164	25

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorveite	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros Itens	Total	Descartados
BA - Salvador & Feira de Santana	07/2018	28	6	537	13	537	403	1524	72
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	07/2018	0	2	137	4	139	77	359	0
SC - Rio do Sul	07/2018	0	0	74	0	76	4	154	13
AL - Maceió	07/2018	64	0	28	0	12	340	444	0
SP - Piracicaba	07/2018	0	0	17	0	25	11	53	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	06/2018	0	2	15	0	5	12	34	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	07/2018	0	6	76	0	37	70	189	0
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	07/2018	4	0	50	15	200	39	308	3
SP - São Paulo	07/2018	476	165	2866	528	2332	4261	10628	365
Total por Itens		1263	909	11059	1775	13238	13768	42012	1727
SP - Santos	07/2018	1	0	110	16	49	117	293	1
CE - Fortaleza	08/2018	0	1	1157	4	899	552	2613	78
SP - São Bernardo do Campo	08/2018	0	2	113	7	101	81	304	2
* Canadá - Great Toronto	08/2018	0	0	33	9	34	377	453	2
SP - Atibaia	08/2018	0	0	117	8	132	63	320	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	08/2018	748	0	306	179	647	690	2570	42
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	08/2018	6	1	132	119	239	119	616	3
SP - Cotia	08/2018	0	0	18	3	7	13	41	2
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	08/2018	32	2	147	24	76	108	389	13
SP - Franca	08/2018	0	0	53	16	49	118	236	32
PR - Curitiba	08/2018	13	12	966	158	850	444	2443	1
RJ - Rio de Janeiro & Macaé	08/2018	503	140	3404	135	1869	1872	7923	425
SP - Santo André	08/2018	0	1	62	5	113	50	231	2
RJ - Três Rios	08/2018	0	102	85	2	120	68	377	0
SP - Campinas	08/2018	0	0	190	12	125	232	559	10
PE - Recife	08/2018	144	17	287	60	218	154	880	99
SP - Limeira	08/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Guarulhos	08/2018	0	12	511	125	450	733	1831	49
MS - Campo Grande	08/2018	48	20	102	14	139	131	454	55
SP - Barueri & Santana & Osasco	08/2018	80	2	111	9	185	94	481	25
SP - Taubaté	08/2018	0	0	108	2	81	87	278	10
RJ - Buzios	08/2018	0	0	40	0	33	21	94	0
SP - Rio Claro & São Carlos	08/2018	72	16	117	12	107	144	468	7
MG - Uberlândia	08/2018	0	3	187	43	194	121	548	32
RS - Porto Alegre	08/2018	1	0	35	0	15	12	63	87

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros Itens	Total	Descartados
RJ - Araruama	08/2018	0	0	31	5	22	3	61	0
SP - São José dos Campos	08/2018	0	4	263	31	125	137	560	12
RN - Pamamirim	08/2018	0	0	102	0	64	23	189	0
MG - Juiz de Fora	08/2018	0	0	73	0	36	18	127	5
SE - Aracaju	08/2018	0	0	8	0	1	8	17	0
SP - Santos	08/2018	1	0	110	16	49	118	294	0
SP - Indaiatuba	08/2018	24	15	248	12	102	229	630	23
DF - Brasília	08/2018	25	36	616	34	268	171	1150	22
MG - Uberaba	08/2018	24	8	222	34	114	313	715	4
SP - Jundiá	08/2018	0	4	300	0	109	116	529	48
SP - Piracicaba	08/2018	0	0	42	0	51	4	97	0
SP - São Paulo	08/2018	324	90	1523	254	1249	4479	7919	233
MG - Juiz de Fora	08/2018	3	0	104	3	153	63	326	51
* EUA - CA - San Francisco	08/2018	96	16	98	22	107	214	553	14
Total por itens		2145	504	12131	1373	9182	12297	37632	1389
RS - Porto Alegre	09/2018	51	8	437	12	277	199	984	88
* Canadá - Great Toronto	09/2018	0	2	25	0	24	70	121	5
SP - São Bernardo do Campo	09/2018	0	1	79	2	74	29	185	3
RJ - Volta Redonda	09/2018	0	0	66	8	62	159	295	0
SP - Guarulhos	09/2018	0	25	101	76	227	552	981	55
RJ - Três Rios	09/2018	12	100	71	6	100	60	349	0
PE - Recife	09/2018	80	1	133	19	285	78	596	5
SP - Franca	09/2018	0	0	43	9	57	69	178	28
SP - Barueri & Santana & Osasco	09/2018	0	0	39	1	30	12	82	0
SP - Santo André	09/2018	16	0	111	2	107	61	297	7
SE - Aracaju	09/2018	0	0	27	0	8	4	39	0
SP - Cotia	09/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
PR - Curitiba	09/2018	3	4	506	25	515	357	1410	54
RJ - Araruama	09/2018	0	0	24	0	41	0	65	0
CE - Fortaleza	09/2018	50	0	353	4	389	149	945	117
MS - Campo Grande	09/2018	192	0	197	0	143	91	623	30
SP - Campinas	09/2018	44	89	667	199	612	452	2063	0
RJ - Buzios	09/2018	0	0	4	0	2	1	7	0
SP - Rio Claro & São Carlos	09/2018	0	0	66	3	38	32	139	5
RJ - Niterói & São Gonçalo	09/2018	28	3	289	49	218	96	683	35

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvele	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - Indaiatuba	09/2018	0	18	99	8	52	106	283	5
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	09/2018	264	0	313	1	125	67	770	4
SP - Limeira	09/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Jundiaí	09/2018	0	0	264	0	190	82	536	35
SP - Ribeirão Preto	09/2018	0	1	70	32	67	17	187	10
DF - Brasília	09/2018	75	46	339	100	254	237	1051	58
MG - Uberlândia	09/2018	1	52	139	31	134	125	482	144
MG - Uberaba	09/2018	24	4	154	33	103	260	578	11
* EUA - CA - San Francisco	09/2018	96	16	25	9	36	163	345	5
AL - Maceió	09/2018	160	1	129	10	88	198	586	0
SP - São José dos Campos	09/2018	30	42	230	82	78	140	602	23
SC - Blumenau	09/2018	0	0	94	4	74	308	480	1
SP - Atibaia	09/2018	0	0	36	0	53	6	95	0
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	09/2018	0	1	99	8	55	50	213	0
SC - Rio do Sul	09/2018	0	0	34	0	25	21	80	0
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	09/2018	2	1	80	5	70	65	223	3
RJ - Rio de Janeiro & Macaé	09/2018	624	64	1590	151	1311	1496	5236	11
SP - Taubaté	09/2018	2	21	90	2	10	189	314	0
MG - Juiz de Fora	09/2018	0	0	0	0	9	0	9	31
BA - Salvador & Feira de Santana	09/2018	768	18	711	90	1012	310	2909	176
Total por itens		2522	518	7734	981	6855	6311	25021	949
SP - Santos	09/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Santos	10/2018	0	0	71	0	42	37	150	0
SP - Franca	10/2018	0	0	91	0	72	46	209	15
PR - Cascavel	10/2018	0	0	55	0	29	18	102	0
SP - Piracicaba	09/2018	0	0	103	5	88	68	264	0
SP - São Bernardo do Campo	10/2018	0	2	41	5	36	28	112	0
CE - Fortaleza	10/2018	8	1	626	104	584	276	1599	27
RJ - Três Rios	10/2018	0	80	83	12	120	86	381	0
SP - Limeira	10/2018	0	0	23	0	29	71	123	0
* Canadá - Great Toronto	10/2018	0	0	20	1	28	295	344	1
SC - Joville	10/2018	0	0	50	3	46	32	131	10
RN - Pamamirim	10/2018	0	1	32	1	23	25	82	4
SP - Indaiatuba	10/2018	0	8	93	13	54	142	310	4
SP - Guarulhos	10/2018	0	0	50	3	51	41	145	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbearador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - Santo André	09/2018	0	0	94	8	66	89	257	0
RJ - Araruama	10/2018	0	1	23	2	9	6	41	1
SP - São José dos Campos	10/2018	30	45	369	85	198	276	1003	22
DF - Brasília	10/2018	48	170	732	336	431	620	2337	39
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	10/2018	0	4	153	5	119	102	383	74
MS - Campo Grande	10/2018	192	0	87	1	109	25	414	54
RS - Porto Alegre	10/2018	41	14	192	12	154	135	548	81
PR - Curitiba	10/2018	0	8	551	22	439	218	1238	7
MG - Belo Horizonte & Contagem	10/2018	542	36	527	56	345	74	1580	83
SE - Aracaju	10/2018	0	0	0	6	20	1	27	0
SP - Atibaia	10/2018	1	3	140	18	107	119	388	0
SP - Cotia	10/2018	42	0	3	1	5	63	114	2
PE - Recife	10/2018	176	31	55	53	188	121	624	2
SP - Rio Claro & São Carlos	10/2018	0	0	128	0	42	42	212	8
SP - Jundiaí	10/2018	0	0	169	6	87	145	407	35
SC - Rio do Sul	10/2018	0	0	44	2	34	5	85	0
RJ - Rio de Janeiro & Macaé	10/2018	324	91	1849	208	2240	2369	7081	1051
SP - Barueri & Santana & Osasco	10/2018	0	0	29	0	26	4	59	1
MG - Uberlândia	10/2018	3	2	25	26	48	32	136	12
* EUA - CA - San Francisco	10/2018	200	0	80	47	0	212	539	7
SP - Campinas	10/2018	0	0	156	49	266	606	1077	0
SC - Blumenau	10/2018	64	14	61	0	48	612	799	0
RJ - Volta Redonda	10/2018	59	60	172	60	175	563	1089	0
SP - São Paulo	09/2018	233	81	1513	411	1277	2347	5862	143
SP - São Paulo	10/2018	251	48	3952	354	2633	3764	11002	1686
AL - Maceió	10/2018	128	0	40	1	31	236	436	0
Total por itens		2342	700	12482	1916	10299	13951	41690	3369
* Canadá - Great Toronto	11/2018	144	0	15	0	14	29	202	0
RJ - Buzios	11/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
CE - Fortaleza	11/2018	7	300	604	351	493	1983	3738	33
SP - Guarulhos	11/2018	241	0	110	52	215	830	1448	4
PR - Cascavel	11/2018	0	0	33	0	23	8	64	0
SP - São Bernardo do Campo	11/2018	0	20	164	2	259	107	552	0
RJ - Três Rios	11/2018	0	80	75	2	86	61	304	0
SP - Santo André	11/2018	0	13	67	18	109	79	286	8

País/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - São Bernardo do Campo	11/2018	4	1	42	0	27	32	106	1
MG - Juiz de Fora	10/2018	192	0	98	33	183	189	695	10
SP - Jundiaí	11/2018	0	0	167	6	85	149	407	57
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	11/2018	0	2	181	22	215	75	495	8
SP - Franca	11/2018	0	0	70	0	70	6	146	23
RJ - Volta Redonda	11/2018	27	520	154	126	222	1473	2522	0
SP - Cotia	11/2018	0	0	3	0	2	11	16	0
SP - São José dos Campos	11/2018	0	30	44	21	55	53	203	9
PE - Recife	11/2018	160	2	221	56	274	240	953	4
MS - Campo Grande	11/2018	200	0	91	5	101	53	450	42
PR - Curitiba	11/2018	24	24	1709	52	1.269	416	3494	13
* EUA - CA - San Francisco	11/2018	25	2	160	39	97	478	801	27
MG - Uberlândia	11/2018	0	2	52	1	49	69	173	25
SC - Rio do Sul	11/2018	0	0	41	0	24	5	70	0
SP - Limeira	11/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Indaiatuba	11/2018	16	28	275	35	114	362	830	12
RS - Porto Alegre	11/2018	17	0	76	75	70	34	272	13
SP - Campinas	11/2018	54	149	741	126	476	1082	2628	0
RJ - Araruama	11/2018	0	2	16	5	5	26	54	4
DF - Brasília	11/2018	50	100	1025	257	311	1601	3344	57
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	11/2018	0	0	0	0	4	36	40	0
SP - Ribeirão Preto	12/2018	52	5	68	0	48	166	339	21
SE - Aracaju	11/2018	0	0	82	1	46	43	172	0
AL - Maceió	11/2018	48	0	38	4	36	162	288	0
RN - Pamunim	11/2018	0	0	21	2	14	11	48	1
SP - Rio Claro & São Carlos	11/2018	0	0	233	6	178	71	488	20
SC - Blumenau	11/2018	0	0	15	0	15	0	30	0
* EUA - CA - San Francisco	12/2018	96	0	108	4	44	164	416	33
BA - Salvador & Feira de Santana	11/2018	211	0	2639	40	1284	1007	5181	223
SP - Atibaia	11/2018	0	1	153	4	90	163	411	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	11/2018	441	0	680	287	885	2263	4556	35
SC - Florianópolis & Palhoga & São José	11/2018	0	0	68	40	70	105	283	0
SP - Piracicaba	12/2018	0	6	388	12	429	68	903	5
SP - Santos	10/2018	0	0	71	0	42	37	150	0
SP - Santos	11/2018	0	0	0	0	0	0	0	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - Santos	12/2018	6	4	69	41	95	555	770	3
SP - São José do Rio Preto	11/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - São Bernardo do Campo	12/2018	0	9	40	16	37	52	154	0
MG - Uberaba	11/2018	23	13	202	35	98	328	699	14
RJ - Rio de Janeiro & Macaé	11/2018	618	207	2736	180	2189	4321	10251	1112
Total por itens		2656	1520	13845	1956	10452	19003	49432	1817
PR - Curitiba	12/2018	0	7	742	19	742	476	1986	12
RJ - Três Rios	12/2018	0	26	72	12	46	52	208	0
MG - Belo Horizonte & Contagem	11/2018	80	0	835	0	808	113	1836	206
* Canadá - Great Toronto	12/2018	0	0	19	2	15	280	316	4
SP - Atibaia	12/2018	0	0	15	1	10	169	195	0
SP - Santo André	12/2018	68	7	363	6	267	159	870	16
PR - Cascavel	12/2018	0	0	38	4	30	9	81	26
SP - São Paulo & São Caetano do Sul	11/2018	1695	158	1859	683	2113	4307	10815	283
RJ - Volta Redonda	12/2018	40	15	163	146	198	1292	1854	0
ES - Vitória & Serra & Vila Velha	12/2018	0	0	3	1	3	62	69	0
DF - Brasília	12/2018	58	112	1010	233	451	1444	3308	74
SP - Limeira	12/2018	2	0	108	14	126	56	306	0
SP - São José do Rio Preto	12/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Rio Claro & São Carlos	12/2018	0	1	66	1	85	122	275	3
PE - Recife	12/2018	0	0	51	0	40	21	112	32
SP - Barueri & Santana & Osasco	12/2018	0	0	40	10	30	13	93	8
SP - Barueri & Santana & Osasco	12/2018	7	0	86	23	120	108	344	0
SC - Blumenau	12/2018	0	0	0	0	0	0	0	0
MS - Campo Grande	12/2018	198	8	84	105	52	43	490	0
SP - São José dos Campos	12/2018	45	80	979	105	429	339	1977	43
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	12/2018	128	24	289	60	95	243	839	56
MG - Uberlândia	12/2018	262	10	202	37	173	102	786	28
SP - Jundiaí	12/2018	0	0	255	22	103	310	690	56
SP - São Bernardo do Campo	01/2019	0	0	102	0	62	42	206	0
MG - Uberaba	12/2018	24	17	218	34	134	264	691	13
RJ - Três Rios	01/2019	0	88	48	20	120	71	347	0
MG - Belo Horizonte & Contagem	12/2018	224	0	905	0	620	62	1811	105
CE - Fortaleza	01/2019	125	13	544	12	430	195	1319	119
SP - São José do Rio Preto	01/2019	0	0	41	0	12	3	56	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorveite	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
RS - Porto Alegre	01/2019	0	0	59	0	136	91	286	2
ES - Cachoeiro de Itapemirim	01/2019	64	0	0	13	20	10	107	0
* EUA - CA - San Francisco	01/2019	250	2	72	22	76	497	919	27
SP - Ribeirão Preto	01/2019	16	0	50	0	45	177	288	13
* Canadá - Great Toronto	01/2019	0	1	31	4	14	27	77	4
RJ - Niterói & São Gonçalo	01/2019	72	2	584	10	497	4091	5256	4
SP - Indaiatuba	01/2019	24	12	122	9	72	145	384	12
PE - Recife	01/2019	112	64	323	13	500	180	1192	22
PR - Cascavel	01/2019	0	1	23	2	11	8	45	0
SP - Rio Claro & São Carlos	01/2019	0	0	156	7	105	81	349	2
SP - Jundiaí	01/2019	0	0	154	0	98	70	322	44
SP - Guarulhos	01/2019	35	2	422	6	323	136	924	10
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	01/2019	115	1	248	19	235	91	709	26
SP - Atibaia	01/2019	30	0	32	67	19	241	389	4
SP - São José dos Campos	01/2019	0	16	268	20	89	61	454	12
PR - Curitiba	01/2019	192	33	562	78	364	749	1978	244
SP - Franca	01/2019	0	0	123	12	72	15	222	22
MG - Uberlândia	01/2019	0	0	65	39	115	85	304	21
SP - Cotia	01/2019	32	0	0	5	10	35	82	0
SP - Taubaté	12/2018	0	5	12	2	10	141	170	5
SP - Taubaté	01/2019	12	2	15	3	15	135	182	2
SP - Santo André	01/2019	0	0	159	21	102	62	344	7
MG - Juiz de Fora	01/2019	0	1	118	2	76	41	238	10
MS - Campo Grande	01/2019	192	0	111	3	71	40	417	12
DF - Brasília	01/2019	54	85	535	60	312	330	1376	32
RJ - Volta Redonda	01/2019	156	1	181	15	279	77	709	0
MG - Uberaba	01/2019	29	8	309	57	201	269	873	9
RN - Pamamirim	12/2018	0	0	66	2	38	23	129	5
SP - Limeira	01/2019	0	0	0	1	0	5	6	0
AL - Maceió	01/2019	80	0	50	0	63	10	203	0
RJ - Araruama	01/2019	0	2	6	0	17	6	31	2
SC - Florianópolis & Palhoça & São José	01/2019	114	14	462	36	340	942	1908	22
SE - Aracaju	12/2018	48	0	0	3	0	12	63	0
SE - Aracaju	01/2019	0	0	86	3	119	29	237	0
SP - Santos	01/2019	0	0	0	0	0	0	0	0

País/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - São Bernardo do Campo	01/2019	0	1	52	1	22	37	113	0
SC - Rio do Sul	01/2019	0	0	31	0	33	7	71	0
RJ - Rio de Janeiro & Macaé	01/2019	794	126	2492	297	2378	1515	7602	683
BA - Salvador & Feira de Santana	01/2019	0	0	793	0	736	361	1890	27
SP - São Paulo & São Caetano do Sul	01/2019	2739	345	6224	1941	4906	8821	24976	548
SP - Barueri & Santana & Osasco	01/2019	0	0	81	0	16	30	127	5
Total por itens		8116	1290	24214	4323	19849	30040	87832	2922
RJ - Três Rios	02/2019	0	80	57	4	80	34	255	0
CE - Fortaleza	02/2019	256	8	222	43	217	63	809	27
SP - Jundiaí	02/2019	0	4	227	4	87	144	466	42
SP - Guarulhos	02/2019	0	0	79	0	54	11	144	1
* Canadá - Great Toronto	02/2019	0	0	28	5	12	68	113	3
MG - Uberlândia	02/2019	0	1	73	0	49	48	171	46
SP - São José do Rio Preto	02/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
PR - Cascavel	02/2019	0	1	41	4	53	44	143	8
BA - Salvador & Feira de Santana	02/2019	26	112	638	96	819	1181	2872	6
SP - Cotia	02/2019	0	0	39	5	25	17	86	5
SP - Indaiatuba	02/2019	88	13	156	19	83	412	771	18
PE - Recife	02/2019	64	1	103	1	68	83	320	19
GO - Goiânia & Aparecida de Goiânia	02/2019	96	32	563	20	288	204	1203	2
SP - Santo André	02/2019	64	0	87	39	144	43	377	5
SP - Taubaté	02/2019	14	2	26	5	23	125	195	4
PB - João Pessoa	02/2019	2	0	232	9	83	222	548	201
RJ - Araruama	02/2019	16	5	40	1	32	47	141	0
MS - Campo Grande	02/2019	192	0	337	14	226	82	851	68
PR - Curitiba	02/2019	0	17	1046	33	725	601	2422	99
RS - Porto Alegre	02/2019	1	0	5	0	0	28	34	0
SP - São Bernardo do Campo	02/2019	0	1	40	6	30	45	122	0
SP - Barueri & Santana & Osasco	02/2019	0	0	45	5	25	58	133	0
SE - Aracaju	02/2019	0	0	0	11	1	0	12	0
RJ - Volta Redonda	02/2019	0	0	154	6	139	448	747	0
SP - Atibaia	03/2019	24	10	63	17	55	143	312	4
RJ - Rio de Janeiro & Macaé	02/2019	377	46	2767	163	1591	2733	7677	576
ES - Vitória & Serra & Vila Velha & Cariacica	02/2019	0	0	17	0	48	72	137	2
SP - Campinas & Botucatu	02/2019	197	197	1010	213	546	920	3083	20

Pais/Estado/Cidade	Periodo	Absorvente	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
SP - Limeira	02/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Franca	02/2019	0	49	118	38	75	524	804	19
SP - Ribeirão Preto	02/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
PR - Araucária	03/2019	16	14	14	7	10	163	224	0
SC - Rio do Sul	02/2019	0	0	65	0	45	4	114	3
SC - Blumenau	03/2019	0	0	41	0	18	6	65	0
* EUA - CA - San Francisco	02/2019	0	9	51	58	44	267	429	23
MG - Uberaba	02/2019	14	11	182	38	103	336	684	9
RN - Pamamirim	02/2019	0	0	15	0	12	3	30	0
SP - São José do Rio Preto	03/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	02/2019	48	2	255	31	475	110	921	25
AL - Maceió	02/2019	312	35	66	22	39	304	778	0
SP - Rio Claro & São Carlos	02/2019	0	0	122	6	78	78	284	2
SP - São Paulo & São Caetano do Sul	02/2019	548	28	3032	370	1867	3466	9311	322
DF - Brasília	02/2019	40	108	662	318	432	747	2307	95
Total por itens		2395	786	12718	1611	8701	13884	40095	1654
ES - Cachoeiro de Itapemirim	02/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
PE - Recife	03/2019	16	3	137	12	205	284	657	28
CE - Fortaleza	03/2019	5	4	420	25	790	221	1465	14
* Canadá - Great Toronto	03/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
RJ - Três Rios	03/2019	0	36	30	0	60	32	158	0
ES - Vitória & Serra & Vila Velha & Cariacica	03/2019	16	6	84	21	81	61	269	5
SP - Barueri & Santana & Osasco	03/2019	160	23	27	25	30	184	449	20
PR - Cascavel	03/2019	0	0	65	3	43	8	119	11
SP - Atibaia	03/2019	0	0	105	2	35	135	277	0
SP - Guarulhos	03/2019	10	0	57	5	35	24	131	2
PI - Teresina	03/2019	0	0	48	2	28	17	95	0
SP - Franca	03/2019	0	7	141	45	80	59	332	32
SP - São José dos Campos	03/2019	16	22	1664	25	697	890	3314	52
SP - Jundiaí	03/2019	0	0	251	0	88	73	412	26
MS - Campo Grande	03/2019	216	0	145	23	301	458	1143	25
SP - Limeira	03/2019	0	0	10	0	7	0	17	0
SP - Indaiatuba	03/2019	64	3	157	11	87	166	488	13
MG - Uberlândia	03/2019	4	0	195	6	150	57	412	22
PB - João Pessoa	03/2019	88	0	189	21	180	178	656	116

Pais/Estado/Cidade	Periodo	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
GO - Goiania & Aparecida de Goiania	03/2019	103	3	381	67	261	227	1042	36
SP - Santos	03/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
SP - Cotia	03/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
* EUA - TX - Houston	03/2020	46	0	203	53	218	342	862	0
RJ - Araruama	03/2019	0	0	44	4	12	16	76	15
RS - Porto Alegre	03/2019	8	4	143	2	38	33	228	8
RJ - Volta Redonda	03/2019	0	15	190	70	202	164	641	0
PR - Araucaria	03/2019	0	0	24	0	19	24	67	0
SP - Campinas & Botucatu	03/2019	76	89	712	102	423	435	1837	20
MG - Belo Horizonte & Contagem	04/2019	0	0	785	23	433	204	1445	0
MG - Belo Horizonte & Contagem	03/2019	0	31	286	139	168	770	1394	80
MG - Uberaba	03/2019	32	3	129	47	87	225	523	9
DF - Brasília	03/2019	31	0	108	10	46	24	219	0
SP - Santo André	03/2019	0	2	244	3	212	156	617	50
SC - Rio do Sul	03/2019	0	0	59	0	47	2	108	0
AL - Maceió	03/2019	240	0	57	32	38	639	1006	0
SE - Aracaju	03/2019	0	2	40	0	25	12	79	0
SP - São Bernardo do Campo	04/2019	0	0	136	29	80	130	375	0
SP - São Bernardo do Campo	04/2019	0	0	20	3	8	27	58	0
RJ - Rio de Janeiro & Macaé	03/2019	433	134	2698	319	1800	2088	7472	681
BA - Salvador & Feira de Santana	03/2019	222	0	378	71	778	294	1743	41
SP - São Paulo & São Caetano do Sul	03/2019	310	67	2826	291	2188	2414	8096	373
SP - Rio Claro & São Carlos	03/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
Total por itens		2096	454	13188	1491	9980	11073	38282	1679
ES - Cachoeiro de Itapemirim	04/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
PR - Curitiba	03/2019	68	14	287	14	240	364	987	24
* Argentina - Buenos Aires	04/2019	32	0	14	0	3	1	50	3
* EUA - CA - San Francisco	04/2019	0	2	138	28	120	203	491	11
* Portugal - Grande Lisboa	04/2019	0	2	20	0	99	35	156	5
RS - Porto Alegre	04/2019	24	6	171	6	58	169	434	8
RJ - Três Rios	04/2019	0	40	93	10	60	62	265	0
CE - Fortaleza	04/2019	0	0	617	15	342	151	1125	117
SP - Campinas & Botucatu	04/2019	122	0	430	98	323	254	1227	0
PR - Curitiba	04/2019	0	0	0	0	0	0	0	0
SC - Rio do Sul	04/2019	0	0	58	0	34	0	92	0

Pais/Estado/Cidade	Período	Absorvete	Barbeador	Sh. e Cond.	Pasta de dente	Sabonete	Outros itens	Total	Descartados
* Canadá - Great Toronto	04/2019	0	0	19	6	14	60	99	5
PA - Belém	04/2019	120	4	40	200	0	248	612	0
SP - Guarulhos	04/2019	11	0	281	0	55	48	395	20
SP - Atibaia	04/2019	0	0	27	0	4	9	40	0
ES - Vitória & Serra & Vila Velha & Caracica	04/2019	996	42	113	71	286	1139	2647	0
RJ - Niterói & São Gonçalo	04/2019	160	20	687	145	1017	439	2468	69
PR - Cascavel	04/2019	0	0	24	0	33	2	59	9
SP - Franca	04/2019	0	0	50	0	70	0	120	6
SP - Indaiatuba	04/2019	24	9	157	13	78	167	448	8
RN - Pamamirim	04/2019	0	0	31	1	29	8	69	2
MS - Campo Grande	04/2019	192	1	179	10	113	95	590	28
PE - Recife	04/2019	8	18	299	58	251	240	874	99
SP - São José dos Campos	04/2019	0	38	1550	158	430	773	2949	32
SP - Limeira	04/2019	0	0	20	0	16	11	47	0
SP - Cotia	04/2019	0	0	131	0	76	26	233	0
SP - São Paulo & São Caetano do Sul	04/2019	387	22	1616	125	1308	1227	4685	300
MG - Uberaba	04/2019	24	8	160	40	121	245	598	14
MG - Uberlândia	04/2019	128	0	146	5	92	58	429	18
SP - Jundiaí	04/2019	0	0	186	0	86	128	400	32
RJ - Araruama	04/2019	0	3	27	0	12	34	76	0
GO - Goiania & Aparecida de Goiania	04/2019	429	1	309	48	393	411	1591	10
RJ - Rio de Janeiro & Macaé	04/2019	215	23	1418	195	1409	1655	4915	518
RJ - Volta Redonda	04/2019	0	5	207	64	149	606	1031	0
SP - Ribeirão Preto	04/2019	0	2	154	7	109	130	402	50
SP - Santo André	04/2019	0	0	106	239	143	264	752	5
MG - Juiz de Fora	04/2019	0	0	177	4	179	30	390	110
SE - Aracaju	04/2019	0	0	8	0	21	0	29	0
DF - Brasília	04/2019	24	15	136	6	115	132	428	2
SP - Taubaté	04/2019	16	0	29	6	18	51	120	8
PR - Curitiba	04/2019	0	0	470	2	185	183	840	29
SP - Barueri & Santana & Osasco	04/2019	0	0	22	0	15	27	64	0
Total por itens		2980	275	10607	1574	8106	9685	33227	1542
TOTAL DE ITENS DO PROJETO		84089	20515	288195	45132	248948	397786	1084665	59137