

Guia **MOL** de

PRODUTOS SOCIAIS

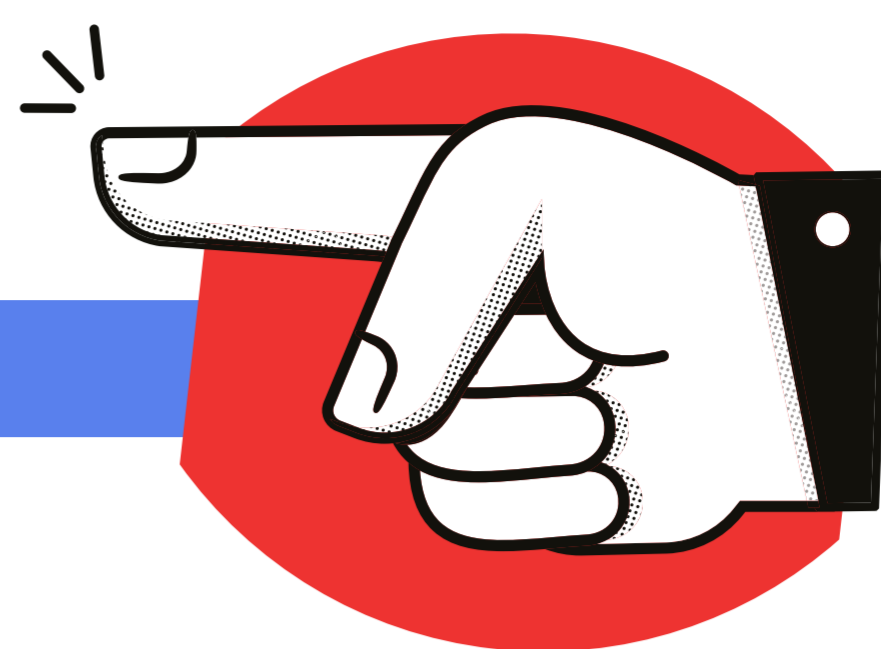
2024



Como falam as
melhores marcas com
propósito do país

MOL
impacto

Sumário



CLIQUE PARA NAVEGAR

3

APRESENTAÇÃO

Por mais marcas com causa

5

A MOL Impacto

6

O que são produtos sociais?

8

Metodologia

10

Conheça o júri

13

VENCEDORES

Os melhores produtos sociais de 2023

19

Conheça todos os produtos analisados

84

Expediente

É preciso ser uma marca com coragem para defender uma causa social.



Por mais marcas com causa

Em um mundo acelerado, instável e que disputa nossa (pouca) atenção, transmitir uma mensagem complexa em poucas palavras e imagens é tarefa dura. Nesse contexto, **é preciso ser uma marca com coragem para defender um posicionamento claro ou apoiar abertamente uma causa social.** E é com elas que este Guia conversa.

Mergulhamos, pelo terceiro ano consecutivo, na comunicação dos produtos compre-e-doe das maiores marcas do país, para entender como eles contribuem para sensibilizar consumidores, apoiar a sociedade civil e fazer avançar pautas sociais relevantes.

Antes uma produção do Instituto MOL, nossa frente social para incentivar a doação no Brasil, o Guia passa agora a ser produzido pela MOL Impacto, preservando sua metodologia e o propósito de jogar luz nas melhores campanhas e oferecer ferramentas para empresas e organizações que querem construir ou aprimorar seus produtos sociais.

Avaliamos mais de 120 produtos, chegando à classificação de 66 deles, e elegemos, com a ajuda de um júri estrelado, os melhores de cada categoria. É inspiração na certa para quem, como nós, acredita no poder de transformação que existe ao aliar consumo e propósito.

Roberta Faria
CEO da MOL Impacto



Saiba mais sobre a **MOL Impacto**



 **Volte para o sumário**

Somos especialistas em produtos sociais

Fundada em 2007, a MOL Impacto já doou mais de R\$ 75 milhões para mais de 200 organizações sociais a partir da venda de produtos sociais customizados e da realização de diversos projetos inovadores de impacto social desenvolvidos em parceria com grandes marcas brasileiras.

mais de
R\$ **75**
milhões
doados para
organizações da
sociedade civil

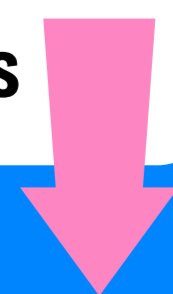


Conheça mais sobre a MOL Impacto no site



Volte para o sumário

Aprenda mais sobre produtos sociais



Prazer, produto social

Produtos sociais são aqueles cuja venda gera doação para organizações da sociedade civil e fortalecem uma determinada causa.

COMPRE-E-DOE



É a mecânica que chamamos de compre-e-doe, que pode acontecer na forma de repasse do lucro obtido com a venda, em uma transação financeira que gera doação, na comercialização de um produto feito por uma ONG, entre outras opções. Uma solução poderosa, capaz de gerar conversas e mover ponteiros ao aliar a força de comunicação de uma marca a um propósito capaz de transformar a sociedade.

Tipos de produtos sociais



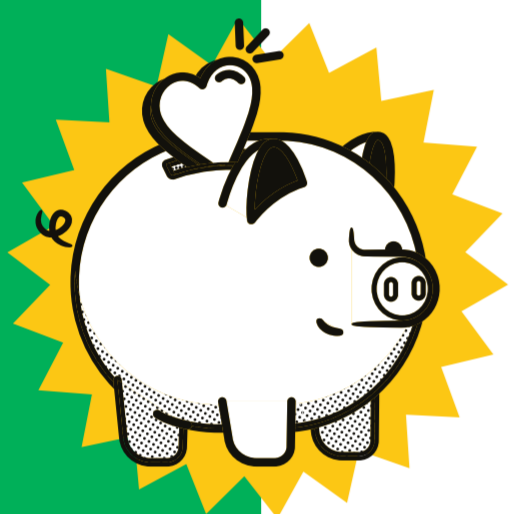
ANO TODO:

Quando é vendido em supermercados e lojas físicas ou online durante todo o ano



SAZONAL:

Vendido em supermercados, lojas físicas ou online em alguma data ou ocasião específica, em caráter de edição especial



TERCEIRO SETOR:

Criado e comercializado por uma organização da sociedade civil como forma de captação de recursos financeiros para manter o funcionamento de suas atividades



DOAÇÃO TRANSACIONAL:

Quando uma transação financeira com um determinado meio de pagamento gera doação sem envolver a criação de um produto específico



NEGÓCIO SOCIAL:

Produtos criados por marcas que já nascem com o propósito de causar impacto social positivo, seja por suas práticas, seja por parcerias com organizações da sociedade civil

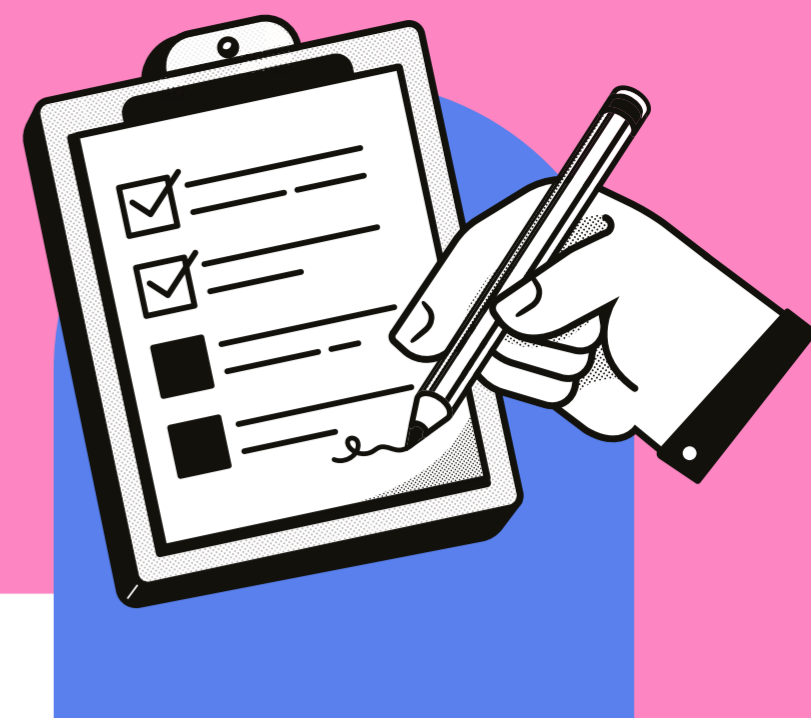


Volte para o sumário

Conheça nossa metodologia



Metodologia



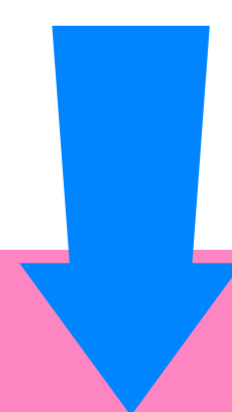
Nosso foco é avaliar a comunicação e a transparência de produtos sociais à venda no mercado brasileiro, pontos-chave na criação de uma boa campanha.

Selecionamos uma primeira amostra de 128 produtos e, após triagem inicial, chegamos a 66 analisados. A escolha é norteadada pelo potencial de impacto social, com preferência para empresas de grande porte e conhecidas do público.

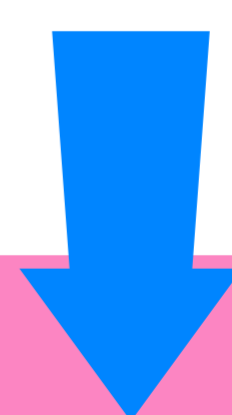
Mantivemos os critérios das primeiras edições do Guia, avaliando a **clareza da mecânica e da proposta de doação; a apresentação do produto e a sua conexão com o propósito da marca; a publicização da prestação de contas; e a disposição da marca em atender a dúvidas por meio de seus canais.** Adicionamos, ainda, dois novos critérios, que analisam a **inovação trazida pelo produto e pela campanha, bem como seu impacto social.**

Cada um dos critérios gera uma avaliação de 0 a 10 pontos que, somada, totaliza a classificação do produto entre 1 e 5 estrelas.

Conheça o Júri de 2024



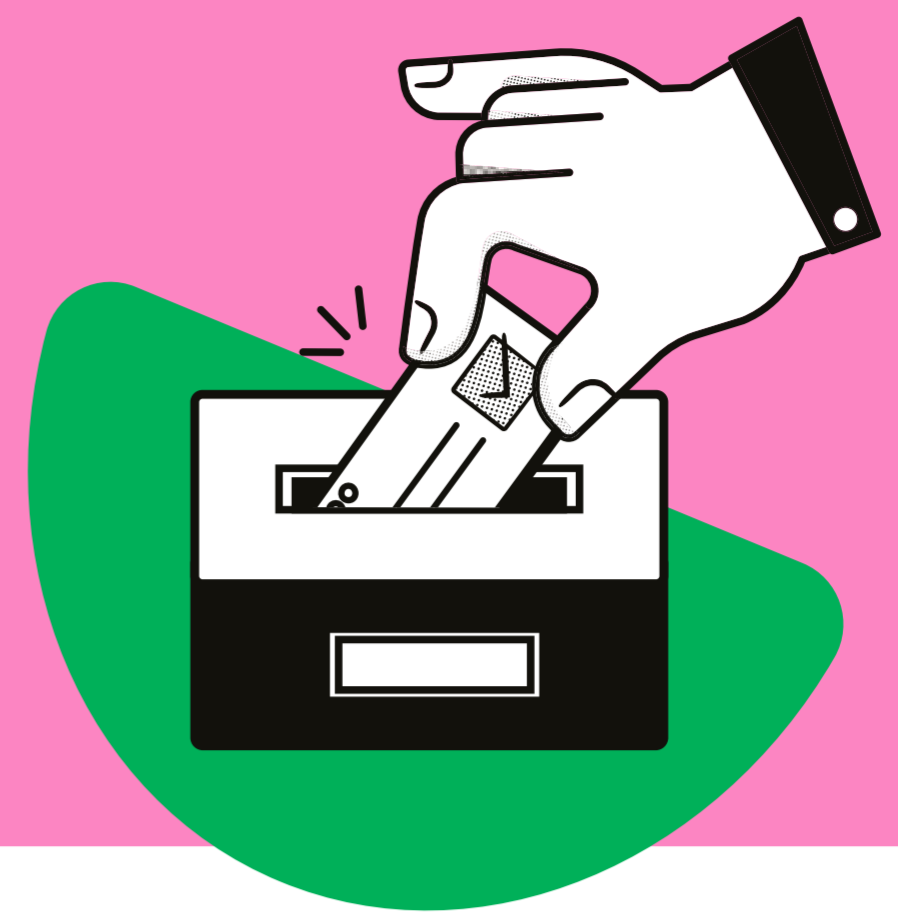
Aprenda sobre os critérios e pontuações



Critérios e pontuação

PROPOSTA DE DOAÇÃO	10 pontos	Esclarece mecanismo, causa e organização beneficiada
	5 pontos	Deixa dúvidas sobre mecanismo ou organização beneficiada
	0 pontos	Não explica a proposta ou causa
APRESENTAÇÃO	10 pontos	Clara, atraente, detalhada, responde às dúvidas do consumidor
	5 pontos	Informa sobre a campanha, ainda que restem algumas dúvidas
	0 pontos	Não entrega informações sobre o produto além do básico da proposta
PRESTAÇÃO DE CONTAS	10 pontos	Apresenta resultados publicamente e com detalhamento
	5 pontos	Apresenta resultado quando solicitado diretamente
	0 pontos	Não apresenta resultados mesmo após pedido
ATENDIMENTO A DÚVIDAS	10 pontos	Marca responde contato direto
	5 pontos	Marca responde de forma incompleta ou com atraso
	0 pontos	Marca não responde ao contato
INOVAÇÃO	10 pontos	Inovação clara em mais de um aspecto (na cadeia, na produção, no modelo de negócio, no produto, etc.)
	5 pontos	Alguma inovação em pelo menos um aspecto
	0 pontos	Produto e campanha pouco criativos e inovadores
IMPACTO	10 pontos	Alto impacto social — via comunicação ou doação
	5 pontos	Produto e campanha com impacto, ainda que menor
	0 pontos	Produto e campanha com impacto irrelevante

Júri



Após a classificação dos produtos, reunimos um júri especializado, para avaliar, dentre as marcas mais bem classificadas, quais os destaques do ano em cada uma das categorias analisadas. Seleccionamos profissionais com experiência na construção de planejamento e narrativas para campanhas publicitárias e de engajamento, e que também entendem a dinâmica de captação de recursos para causas sociais.



Gabriela Rodrigues

Uma das publicitárias mais admiradas do Brasil, segundo a SCOPEN. Chief Impact Officer da Droga5 São Paulo, fundadora da WALK, colunista, professora e jurada nas maiores premiações criativas do mundo



Marcio Black

Cientista político, maratonista e produtor cultural. Atualmente é diretor de Advocacy e Conhecimento do Instituto Beja.



Marcus Nakagawa

Doutor em sustentabilidade pela USP, autor premiado Jabuti, TEDx speaker e palestrante de sustentabilidade, ESG, empreendedorismo e estilo de vida. Idealizador, fundador e presidente da Abraps - Associação Brasileira dos Profissionais pelo Desenvolvimento Sustentável. Professor da Graduação e do MBA da ESPM. Coordenador do CEDS - Centro ESPM de Desenvolvimento Socioambiental.



Mariana Ribeiro

Executiva, estrategista de impacto e comunicadora com 10+ anos de experiência em projetos e campanhas de mobilização social e ambiental. Atualmente, é CEO de CLARICE, um estúdio dedicado a desenvolver pesquisas e produções sobre mulheres e poder.

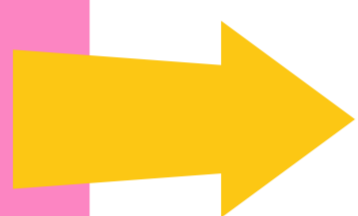


Mariana Sgarioni

Jornalista especializada em sustentabilidade empresarial e ESG. Ocupou cargos relevantes nas principais redações do país. Assina a coluna Negócios Sustentáveis, no UOL, além de mediar eventos corporativos.

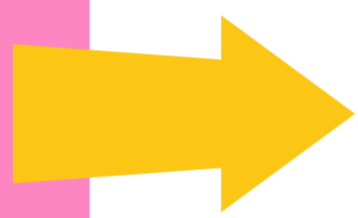


Os jurados se reuniram presencialmente, em São Paulo, para eleger os melhores produtos de 2023 com base nos seguintes critérios:



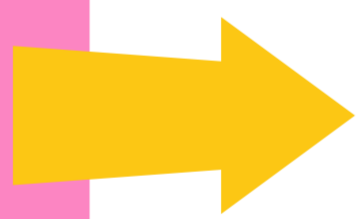
Experiência com o produto

Dá vontade de comprar o produto/fazer parte da causa?



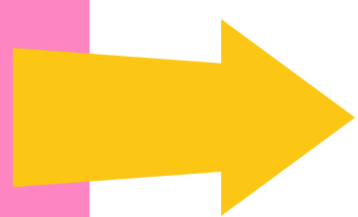
Iniciativa escalável

É capaz de impactar muitos consumidores e/ou mudar comportamentos?



Produto integrado ao perfil da marca

Há relação entre o negócio e a causa que está apoiando?



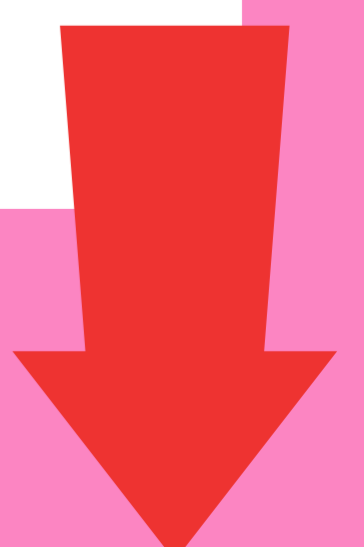
Estratégia de comunicação

A história está sendo bem contada?

Veja os vencedores da edição 2024 do Guia



Volte para o sumário



Os melhores produtos sociais de **2023**



Chegou a hora de montar nosso pódio, conhecendo as marcas que se destacaram em cada uma das categorias correspondentes aos tipos de produtos sociais! Inspire-se com o exemplo de quem leva a sério a missão de aliar consumo e propósito social.

VENCEDOR EM ANO TODO



ORGANIZAÇÃO
Natura

PRODUTO
Coleção Crer para Ver

[visite o site](#)



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Projetos em educação

RESULTADOS INFORMADOS PELA MARCA

"Em 2023, mais de 12,8 mil escolas estiveram envolvidas em nossas ações, que beneficiaram mais de 4,5 milhões de estudantes e 451 mil consultoras de beleza. Especificamente no Brasil, **nossas ações de Educação Pública estiveram presentes em 23 estados, envolvendo 5.706 escolas, beneficiando mais de 3,7 milhões de estudantes.** Já nossas ações voltadas para consultoras de beleza beneficiaram mais de 350 mil delas."

COMENTÁRIOS DO JÚRI

Linha de produtos sociais pioneira no país, a **Crer para Ver é referência na construção de uma campanha que mobiliza consumidores e consultoras,** promovendo ações educativas por meio do Instituto Natura. A iniciativa é bem comunicada, seja no site, seja no catálogo, e tem grande sinergia com as ações de impacto social da marca.

[Volte para o sumário](#)

[Índice de marcas analisadas](#)

VENCEDOR EM SAZONAL



ORGANIZAÇÃO
Heineken

PRODUTO
Floating Bar
Heineken

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

SOS Mata Atlântica

RESULTADOS INFORMADOS PELA MARCA

"A iniciativa arrecadou em torno de 1 milhão de reais. O lucro do Heineken Floating Bar foi revertido a seis iniciativas que irão viabilizar soluções baseadas na natureza e ações de educação ambiental e social."

COMENTÁRIOS DO JÚRI

A ação de marketing de causa da cervejaria foi amplamente divulgada na mídia, até pelo ineditismo de montar um bar em pleno Rio Pinheiros, em São Paulo, gerando fila de espera para visitá-lo. O valor expressivo arrecadado com a campanha mostra o potencial da iniciativa que, se replicada, pode se tornar um produto social fixo da marca.

[Volte para o sumário](#)

[Índice de marcas analisadas](#)

VENCEDOR EM TERCEIRO SETOR



ORGANIZAÇÃO SP Invisível

PRODUTO

Moletom
Inverno
Invisível

[visite o site](#)

Produto
inérito
no Guia



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

SP Invisível

RESULTADOS INFORMADOS PELA MARCA

"Não temos os dados separados do Inverno Invisível, mas o total arrecadado no ano de 2023 foi de R\$ 5.518.351,75, impactando 7.298 pessoas."

COMENTÁRIOS DO JÚRI

A campanha acerta ao criar um produto bonito, desejável e funcional, que afasta a perspectiva de "vou comprar só para ajudar". A mesma peça foi distribuída para pessoas em situação de rua, criando uma relação de proximidade entre doador e beneficiário. O bom uso das ferramentas de comunicação são destaque da atuação da organização.

[Volte para o sumário](#)

[Índice de marcas analisadas](#)

VENCEDOR EM NEGÓCIO SOCIAL



ORGANIZAÇÃO

Chico Rei

PRODUTO

Uma Penca

[visite o site](#)

3ª vez
que Chico Rei
está presente
no Guia



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de pelo menos R\$ 1 por produto vendido

PROJETOS BENEFICIADOS

Projetos escolhidos pelo usuário

RESULTADOS INFORMADOS PELA MARCA

"O valor de R\$ 34.433,73 foi arrecadado entre 2022 e 2024. O repasse à SOS Mata Atlântica correspondeu ao valor de 790 mudas de árvores plantadas, e à Global WaSH, a 415 mil litros de água tratada."

COMENTÁRIOS DO JÚRI

A demanda por marketplaces sociais está cada vez maior, considerando que os consumidores querem adquirir produtos sustentáveis e socialmente responsáveis. Um negócio capaz de filtrar as muitas opções disponíveis sai na frente, e associar a venda a uma doação fixa mostra compromisso com o impacto social positivo.

[Volte para o sumário](#)

[Índice de marcas analisadas](#)

VENCEDOR EM TRANSACIONAL



ORGANIZAÇÃO

Visa

PRODUTO

Visa Causas

[visite o site](#)

2º ano
consecutivo que
Visa é vencedor
da categoria



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de R\$ 0,01 a cada transação

PROJETOS BENEFICIADOS

Diversas causas

RESULTADOS INFORMADOS PELA MARCA

"Desde 2017, foram realizadas 496.712.204 doações por meio do Visa Causas. A arrecadação do Visa Causas é apurada mensalmente pela Visa, que calcula o valor que será doado a cada instituição, conforme a mecânica do programa, e o direciona devidamente às entidades participantes."

COMENTÁRIOS DO JÚRI

A bandeira larga na frente com um projeto longo de doação, que se adapta à rotina do cliente com muita facilidade, gerando valores expressivos de doação que são distribuídos a diversas causas. A comunicação da campanha poderia ser aprimorada, não ficando restrita ao site, de forma a atrair mais usuários.

[Volte para o sumário](#)

[Índice de marcas analisadas](#)

Conheça os produtos analisados



Apresentamos todas as marcas avaliadas pelo Guia, em ordem alfabética, seguindo a classificação entre 2 e 5 estrelas — nenhum produto recebeu 1 estrela.


Todas as informações divulgadas nas fichas foram encontradas em canais públicos ou informadas diretamente pelas empresas e organizações.

Para informar alguma incorreção, escreva para o e-mail pesquisa@molimpacto.com.br

Índice das marcas

5 estrelas 

4 estrelas 

- | | | | | |
|-----------|-----------------------|---|-----------|------------------|
| 1 | Abrale | | 15 | Absolut |
| 2 | Ampara Animal | | 16 | Amigos do Bem |
| 3 | Copacol | | 17 | Aramis |
| 4 | GRAACC | | 18 | Araquarela |
| 5 | Heineken |  | 19 | Caloi |
| 6 | Hospital da Baleia | | 20 | FIT |
| 7 | Instituto Mário Penna | | 21 | Identidade Negra |
| 8 | Le Lis Blanc | | 22 | In Dog We Trust |
| 9 | Natura |  | 23 | Intimissimi |
| 10 | Nivea | | 24 | Olympikus |
| 11 | SP Invisível |  | 25 | Ovos Mantiqueira |
| 12 | Truss | | 26 | Renner |
| 13 | Uma Penca |  | 27 | Reserva |
| 14 | Visa |  | 28 | Três Corações |

Índice das marcas

3 estrelas ★★ ★

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| 29 Alcaçuz | 40 Gerdau |
| 30 Apae Curitiba | 41 GPA |
| 31 Banco Inter | 42 Havaianas |
| 32 Basico.com | 43 Hering |
| 33 Bettanin | 44 LATAM |
| 34 Centauro | 45 Localiza |
| 35 Cisne | 46 Mastercard |
| 36 Cobasi | 47 Mercado Livre |
| 37 Ecoflame | 48 Minalba |
| 38 Evino | 49 Mulheres de Peito |
| 39 Fauna Papelaria | 50 Nestlé |



15%

é o crescimento no número de marcas analisadas em relação ao ano passado

Índice das marcas

3 estrelas ★★ ★

51 Pró-Renal

52 Subway

53 Todosim

54 Umbro

55 Vizzela

56 w7m esports

57 Wondersize

58 Yuool

2 estrelas ★ ★

59 Bhakli Soul

60 BW Coffee

61 Cini Bebidas

62 Curaprox

63 Dryzun

64 Grand Cru

65 Hipercard

66 TJama



MARCA

Abrale

PRODUTO

Merula
Mix

CATEGORIA

Terceiro
Setor

SETOR

Alimentos

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Abrale

AValiação

A organização informa que, em 2023, a ação de venda do Tempero Merula Mix arrecadou um total de R\$ 6.857,04. Com o valor arrecadado, foi possível realizar 53 atendimentos de pacientes com câncer e doenças do sangue no serviço psicológico da ABRALE, que compõe o serviço de Apoio ao Paciente. A campanha do Tempero Merula Mix foi amplamente divulgada por meio dos nossos canais de comunicação, incluindo postagens nas redes sociais, matérias no site da ABRALE e reportagens em outros veículos de comunicação.

[Volte para o índice](#)

[1 / 66](#)

MARCA

Ampara

PRODUTO

Ampara
store

CATEGORIA

Terceiro
Setor

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)



2ª vez

que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Ampara Animal

AVALIAÇÃO

A organização informa que arrecadou R\$ 11 mil com as vendas da loja, valor que foi revertido em castrações gratuitas para 100 animais (cachorros e gatos).

[Volte para o índice](#)

[2 / 66](#)

MARCA
Copacol

PRODUTO
Tilápia
Copacol
Outubro
Rosa

CATEGORIA
Sazonal

SETOR
Alimentos

[visite o site](#)

2ª vez
que está presente
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de R\$ 1 a cada embalagem vendida

PROJETOS BENEFICIADOS

Hospital de Câncer de Campo Grande,
IGESDF, Hospital de Amor, Erasmo Gaertner,
Hospital do Câncer Uopeccan

AVALIAÇÃO

A marca informa que **o total doado em todas as sete edições da campanha foi de R\$ 1.055.713,00.**

Os valores foram destinados aos hospitais conforme venda pela filial da região.

[Volte para o índice](#)

[3 / 66](#)

MARCA
GRAACC

PRODUTO
Jogar para
Doar Fortnite

CATEGORIA
Terceiro
Setor

SETOR
Games

[visite o site](#)

2ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Uma doação é feita a cada jogador que ingressa no mapa exclusivo criado para o jogo Fortnite

PROJETOS BENEFICIADOS

GRAACC

AValiação

A organização informa ter arrecadado R\$ 5.798,83. O principal objetivo da iniciativa era sensibilizar o público infanto-juvenil para a causa da promoção da saúde de crianças e adolescentes com câncer, a arrecadação de recursos era um objetivo secundário. Foram impactados mais de 2,6 milhões de seguidores dos embaixadores da campanha e cerca de 7 mil pessoas jogaram o mapa no Fortnite no dia do lançamento.

[Volte para o índice](#)

[4 / 66](#)



MARCA

Hospital da Baleia

PRODUTO

Agenda Hospital da Baleia 2024 - 80 anos

CATEGORIA

Terceiro Setor

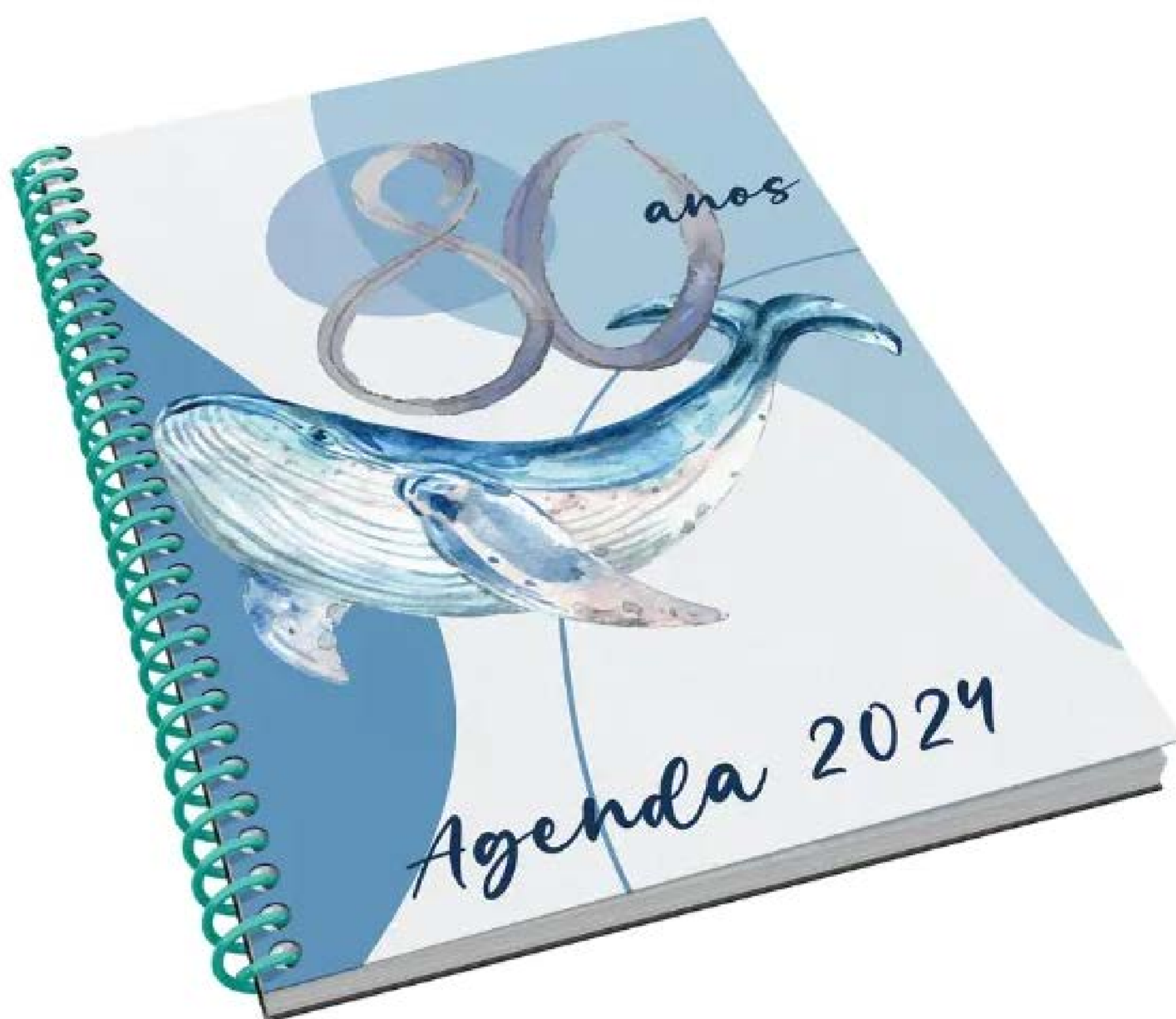
SETOR

Utensílios

[visite o site](#)

2ª vez

que está presente no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Hospital da Baleia

AVALIAÇÃO

A organização informa que a Agenda Solidária é um produto solidário do Hospital da Baleia existente há mais de 10 anos. **Em 2023, a campanha de venda da agenda, juntamente com a iniciativa Doe Seu Troco, arrecadou R\$ 589.923,42, um aumento em relação a 2022 (R\$ 534.053,56).**

[Volte para o índice](#)

[6 / 66](#)

MARCA

Instituto
Mário Penna

PRODUTO

Agenda
Instituto
Mário Penna

CATEGORIA

Terceiro
Setor

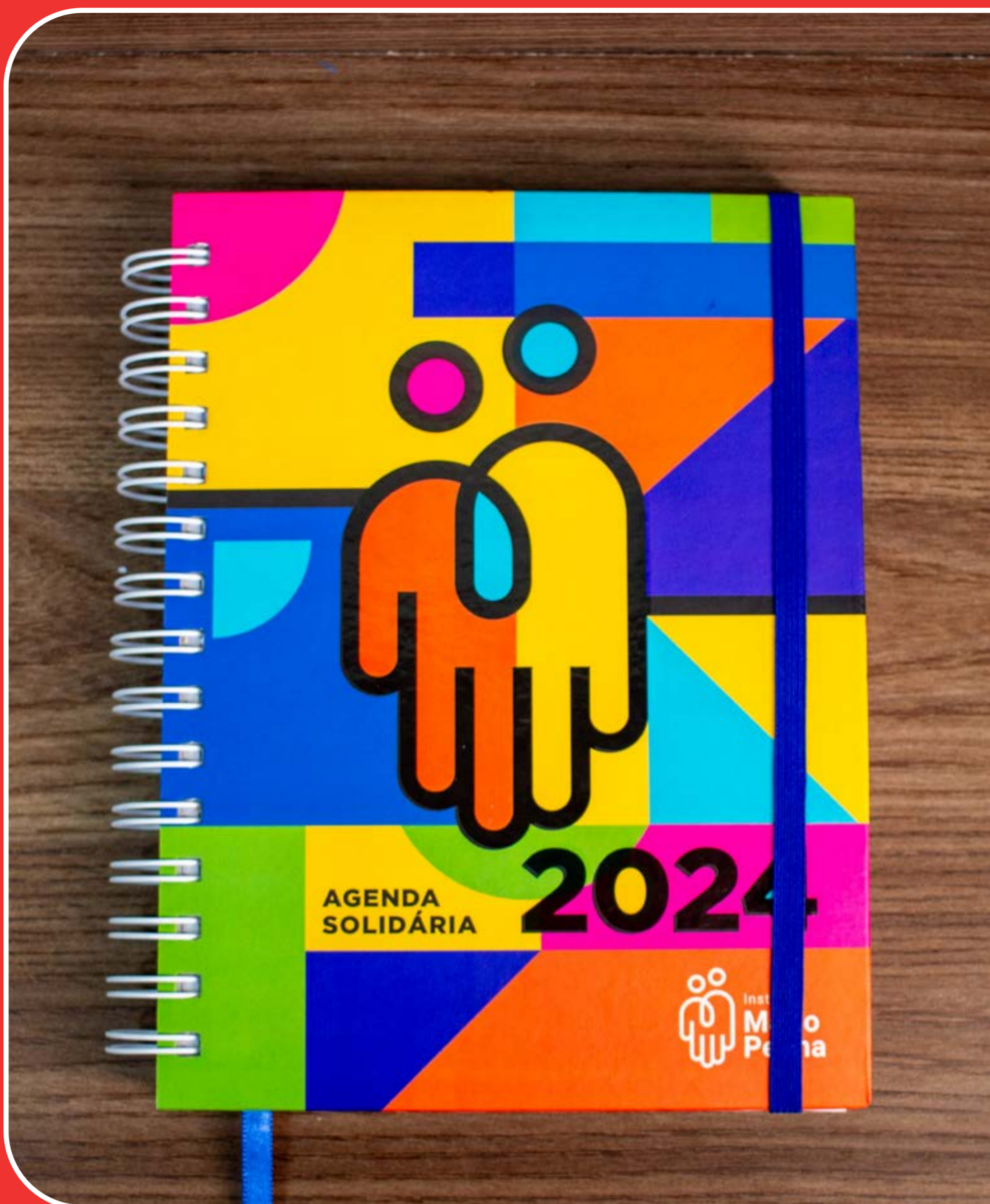
SETOR

Utensílios

[visite o site](#)

2ª vez

que está presente
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Instituto Mário Penna

AVALIAÇÃO

A organização informa que **o valor total arrecadado com a campanha da Agenda Mário Penna 2024 foi de R\$ 423.289,27.** Com o valor arrecadado, foi possível cobrir os gastos dos mais 271.907 pacientes atendidos anualmente na instituição. Desse número, mais de 85% corresponde aos pacientes da saúde pública.

[Volte para o índice](#)

[7 / 66](#)

MARCA

Le Lis Blanc

PRODUTO

Sabonete
Le Lis
Protea

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)



2ª vez

que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Protea

AVALIAÇÃO

A marca informa que de 01/03/2023 a 31/08/2023 a venda do sabonete líquido Le Lis Protea gerou um valor a ser doado de R\$ 29.142,99. Desde o início da parceria, a Veste já apoiou mais de 1,2 mil mulheres beneficiadas com tratamentos de câncer pela parceria com o Instituto Protea.

[Volte para o índice](#)

[8 / 66](#)

MARCA

Nivea

PRODUTO

Nivea
Orgulho

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Cosméticos

[visite o site](#)

3ª vez

que está presente
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Fundo Todxs

AVALIAÇÃO

A marca informa que a doação foi de R\$ 50 mil.

Foram financiados dez negócios de pessoas trans, que receberam sessões de mentoria com especialistas em negócios da marca, além de um investimento de até R\$ 3 mil para impulsionar suas estratégias empresariais.

[Volte para o índice](#)

[10 / 66](#)

MARCA

Truss

PRODUTO

Shampoo e
Condicionador
Truss
Equilibrium
Amazon
Conservation

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Cosméticos

[visite o site](#)

2ª vez

que está presente
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

IPÊ

AValiação

A marca informa que o valor repassado à instituição foi de R\$ 80 mil. O valor arrecadado foi utilizado para implantar uma iniciativa piloto na RDS - Reserva de Desenvolvimento Sustentável Puranga Conquista, localizada na Zona Rural de Manaus - AM, para a construção de um viveiro de produção de mudas de espécies nativas, coleta de sementes e plantio de mudas em quintais das comunidades envolvidas no projeto.

[Volte para o índice](#)

12 / 66

MARCA
Absolut

PRODUTO
Absolut
Vodka
Orgulho

CATEGORIA
Sazonal

SETOR
Bebidas

[visite o site](#)

3ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Casa 1

AVALIAÇÃO

A marca informa que o valor arrecadado até o final da ação (concluída em junho de 2023) foi de R\$ 90.000,00 entre arrecadação e valor direto de marca aportado por Absolut. Pontuou bem nos critérios de impacto e prestação de contas, mas pode melhorar na apresentação e inovação.



[Volte para o índice](#)

[15 / 66](#)

MARCA

Amigos do Bem

PRODUTO

Sacolas Amigos do Bem

CATEGORIA

Terceiro Setor

SETOR

Utensílios

[visite o site](#)

2ª vez

que está presente no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Amigos do Bem

AVALIAÇÃO

A organização informa que **toda a renda com a venda das sacolas é revertida para o próprio projeto, que tem como objetivo gerar trabalho, no sertão, para centenas de mulheres nas oficinas de costura.** Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta, mas pode melhorar na prestação de contas e inovação.

[Volte para o índice](#)

[16 / 66](#)

MARCA

Aramis

PRODUTO

Aramis
Novembro
Azul

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Instituto Lado a Lado pela Vida

AVALIAÇÃO

A marca informa que **foram doados R\$ 149.833,00 para o Instituto Lado a Lado**. Este foi o primeiro produto social da marca, e a iniciativa foi essencial para estimular a disseminação de mensagens-chave da campanha para colaboradores e clientes. Pontuou bem nos critérios de apresentação, proposta e impacto, mas pode melhorar na prestação de contas e inovação.

[Volte para o índice](#)

[17 / 66](#)

MARCA

Araquarela

PRODUTO

Araquarela
Jogos WWF

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Brinquedos

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

WWF

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e inovação, mas pode melhorar na prestação de contas e impacto gerado.

[Volte para o índice](#)

[18 / 66](#)

MARCA

Caloi

PRODUTO

Bicicleta
Caloi
Rainbow

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Utensílios

[visite o site](#)

3ª vez

que está presente
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Casa Miga

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar na prestação de contas e atendimento a dúvidas.

[Volte para o índice](#)

[19 / 66](#)

MARCA

FIT

PRODUTO

FIT

Sateré-Mawé

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)

Produto
inérito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

AMISM - Associação de Mulheres Sateré-Mawé

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação, inovação e proposta de doação, mas pode melhorar na prestação de contas e atendimento a dúvidas.

[Volte para o índice](#)

[20 / 66](#)

MARCA
Identidade
Negra

PRODUTO
Camisetas
Pró-Rim
Identidade
Negra

CATEGORIA
Ano todo

SETOR
Moda e
acessórios

visite o site

Produto
inédito
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Fundação Pró-Rim

AVALIAÇÃO

A marca informa que foram destinados R\$ 1.920,96 para a Fundação Pró-Rim desde o início desta ação. **A verba destinada pela Identidade Negra contribuiu para a compra de 28 dialisadores para as unidades da Fundação,** o que pode atender a quase 600 sessões de hemodiálise de pacientes em situação crônica. Pontuou bem nos critérios de apresentação e atendimento a dúvidas, mas pode melhorar na prestação de contas e impacto.

Volte para o índice

21 / 66

MARCA
In Dog
We Trust

PRODUTO
In Dog
We Trust

CATEGORIA
Terceiro
Setor

SETOR
Pets

[visite o site](#)



Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

ONG Resgatando Amor e ONG Abrigo Amigo

AVALIAÇÃO

A marca informa que **desde janeiro de 2021, incluindo a vaquinha coletiva que deu origem à marca, já doaram mais de R\$ 30 mil para ONGs da causa animal**, e que todos os meses publicam a prestação de contas, que fica fixada no perfil do Instagram. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar em inovação e impacto.

[Volte para o índice](#)

[22 / 66](#)

MARCA

Intimissimi

PRODUTO

Intimissimi
Outubro
Rosa

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Moda e
acessórios

visite o site



Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 10% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Américas Amigas

AVALIAÇÃO

A marca informa que, de 2019 a 2023, foram doados R\$ 344.384,60, dos quais R\$ 73.226,23 foram arrecadados em 2023. As ações programadas para 2024 incluem capacitação e treinamento de profissionais, atendimentos em municípios do Pará e mamografias realizadas em municípios da Paraíba. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar na prestação de contas e impacto.

Volte para o índice

23 / 66

MARCA
Olympikus

PRODUTO
Olympikus
Corre 3

CATEGORIA
Sazonal

SETOR
Moda e
acessórios

visite o site



2ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Santa Casa de Porto Alegre

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar na prestação de contas e atendimento a dúvidas.

Volte para o índice

24 / 66

MARCA

Mantiqueira

PRODUTO

Ovos solidários com amor

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Alimentos

[visite o site](#)



Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 10% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Hospital de Amor

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de inovação e proposta de doação, mas pode melhorar na prestação de contas e atendimento a dúvidas.

[Volte para o índice](#)

[25 / 66](#)

MARCA

Renner

PRODUTO

Todas
Avançam
Juntas
Renner

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)



2ª vez

que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 5% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Projetos do Instituto Renner

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar na prestação de contas e atendimento a dúvidas.

[Volte para o índice](#)

[26 / 66](#)

MARCA

Reserva

PRODUTO

Reserva Mini +
Serenpiedade

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)

3ª vez

que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Instituto Serendipidade

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação, proposta de doação e inovação, mas pode melhorar na prestação de contas e atendimento a dúvidas.

[Volte para o índice](#)

[27 / 66](#)



MARCA
Três
Corações

PRODUTO
Florada
Premiada

CATEGORIA
Ano todo

SETOR
Alimentos

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Projeto Florada - Mulheres cafeicultoras

AVALIAÇÃO

A marca informa que **desde março de 2018 foram apoiadas mais de 4.000 mulheres e famílias.**

Pontuou bem nos critérios de apresentação, proposta de doação, inovação e prestação de contas, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas.



[Volte para o índice](#)

[28 / 66](#)

MARCA

Alcaçuz

PRODUTO

Alcaçuz
Outubro
Rosa

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)



Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Protea

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, prestação de contas e impacto.

[Volte para o índice](#)

[29 / 66](#)

MARCA

Apae

PRODUTO

Loja Apae
Curitiba

CATEGORIA

Terceiro
Setor

SETOR

Utensílios

[visite o site](#)



Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Apae Curitiba

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, prestação de contas e inovação.

[Volte para o índice](#)

[30 / 66](#)

MARCA

Banco
Inter

PRODUTO

Cashback
Banco
Inter

CATEGORIA

Transaccional

SETOR

Financeiro

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de valor do cashback após transações financeiras

PROJETOS BENEFICIADOS

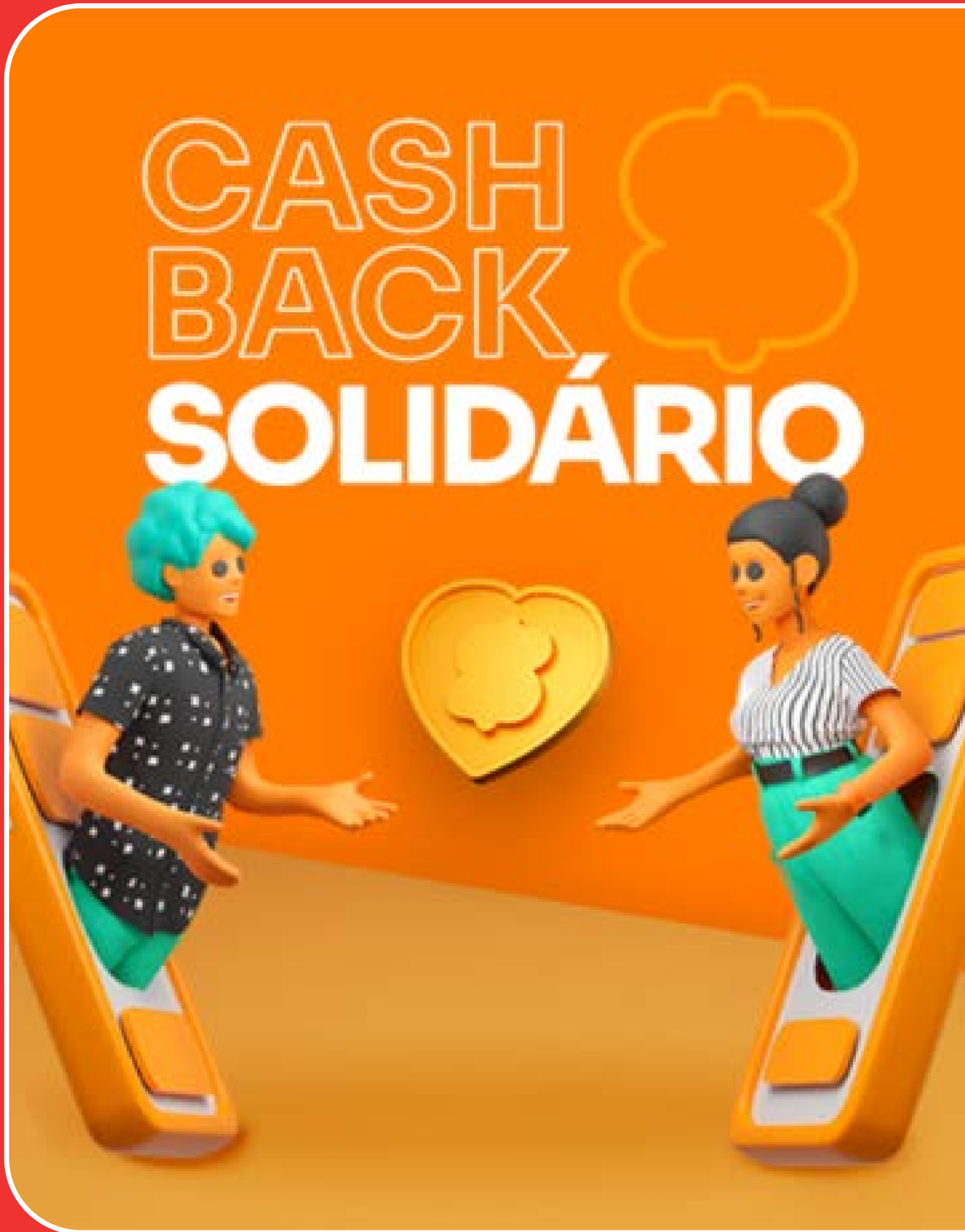
Médicos sem Fronteiras e WWF

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, prestação de contas e inovação.

[Volte para o índice](#)

[31 / 66](#)



MARCA

Basico.com

PRODUTO

Outubro Rosa
Basico.com

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)



Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 20% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Protea

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados.

Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, prestação de contas e inovação.

[Volte para o índice](#)

[32 / 66](#)

MARCA
Bettanin

PRODUTO
Vassoura
Bettanin
Noviça
Movimento
Dourado

CATEGORIA
Sazonal

SETOR
Utensílios

[visite o site](#)

2ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

GRAACC

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados.
Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, prestação de contas e inovação.



[Volte para o índice](#)

[33 / 66](#)

MARCA
Centauro

PRODUTO
Centauro
+ Marta
+ Go Equal

CATEGORIA
Ano todo

SETOR
Moda e
acessórios

[visite o site](#)



2ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Todo o royalty das vendas será doado

PROJETOS BENEFICIADOS

Ações em prol do empoderamento

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados.
Pontuou bem nos critérios de proposta de doação
e inovação, mas pode melhorar o atendimento a
dúvidas e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[34 / 66](#)

MARCA

Cisne

PRODUTO

Sal Cisne
Rosa

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Alimentos

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Protea

AVALIAÇÃO

A marca informa que **o valor doado** (não especificado) **custeou 30 consultas, 30 ultrassonografias, 15 biópsias, 1 cirurgia para retirada de nódulos, 4 sessões de quimioterapia e 16 sessões de radioterapia.** Pontuou bem nos critérios de apresentação e inovação, mas pode melhorar a prestação de contas e a proposta de doação.

[Volte para o índice](#)

[35 / 66](#)

MARCA

Cobasi

PRODUTO

Origem
Crosta
Orgulho

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Pets

[visite o site](#)



2ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Casa 1

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e impacto, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a proposta de doação e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[36 / 66](#)

MARCA
Ecoflame

PRODUTO
Linha
Tamar
Ecoflame

CATEGORIA
Ano todo

SETOR
Utensílios

[visite o site](#)



Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Projeto Tamar

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de inovação e impacto, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a proposta de doação e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[37 / 66](#)

MARCA

Evino

PRODUTO

Evino

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Bebidas

[visite o site](#)



3ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Américas Amigas

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de atendimento a dúvidas e apresentação, mas pode melhorar a proposta de doação, impacto e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[38 / 66](#)

MARCA

Fauna
Papeleria

PRODUTO

Mora no
Brasil Loja
Fauna

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Utensílios

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

WWF

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e inovação, mas pode melhorar a proposta de doação, o atendimento a dúvidas e a prestação de contas.



[Volte para o índice](#)

[39 / 66](#)

MARCA

Gerdau

PRODUTO

Chaveiro
The Town
Gerdau

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Gerando Falcões

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação, proposta de doação e inovação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[40 / 66](#)

MARCA

GPA

PRODUTO

Outubro
Rosa Amitié
+ Pão de
Açúcar

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Bebidas

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Protea

AVALIAÇÃO

A marca informa que foram repassados pouco mais de R\$ 29 mil. Com esse valor, foi possível realizar exames, consultas, sessões de quimioterapia e radioterapia e cirurgias. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar a prestação de contas, o impacto e a inovação.

[Volte para o índice](#)

41 / 66

MARCA

Havaianas

PRODUTO

Havaianas
Quebrada
Cria

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)



3ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 7% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Gerando Falcões

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados.

Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e o impacto.

[Volte para o índice](#)

[42 / 66](#)

MARCA

Hering

PRODUTO

Hering
Ser Visível
é Básico

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)



3ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Instituto Cactus - Saúde mental de mulheres

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem no critério de apresentação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e o impacto.

[Volte para o índice](#)

[43 / 66](#)

MARCA
LATAM

PRODUTO
LATAM
Pass

CATEGORIA
Transacional

SETOR
Serviços

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de pontos equivale a serviços/valores doados às ONGs

PROJETOS BENEFICIADOS

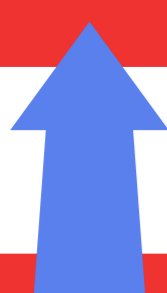
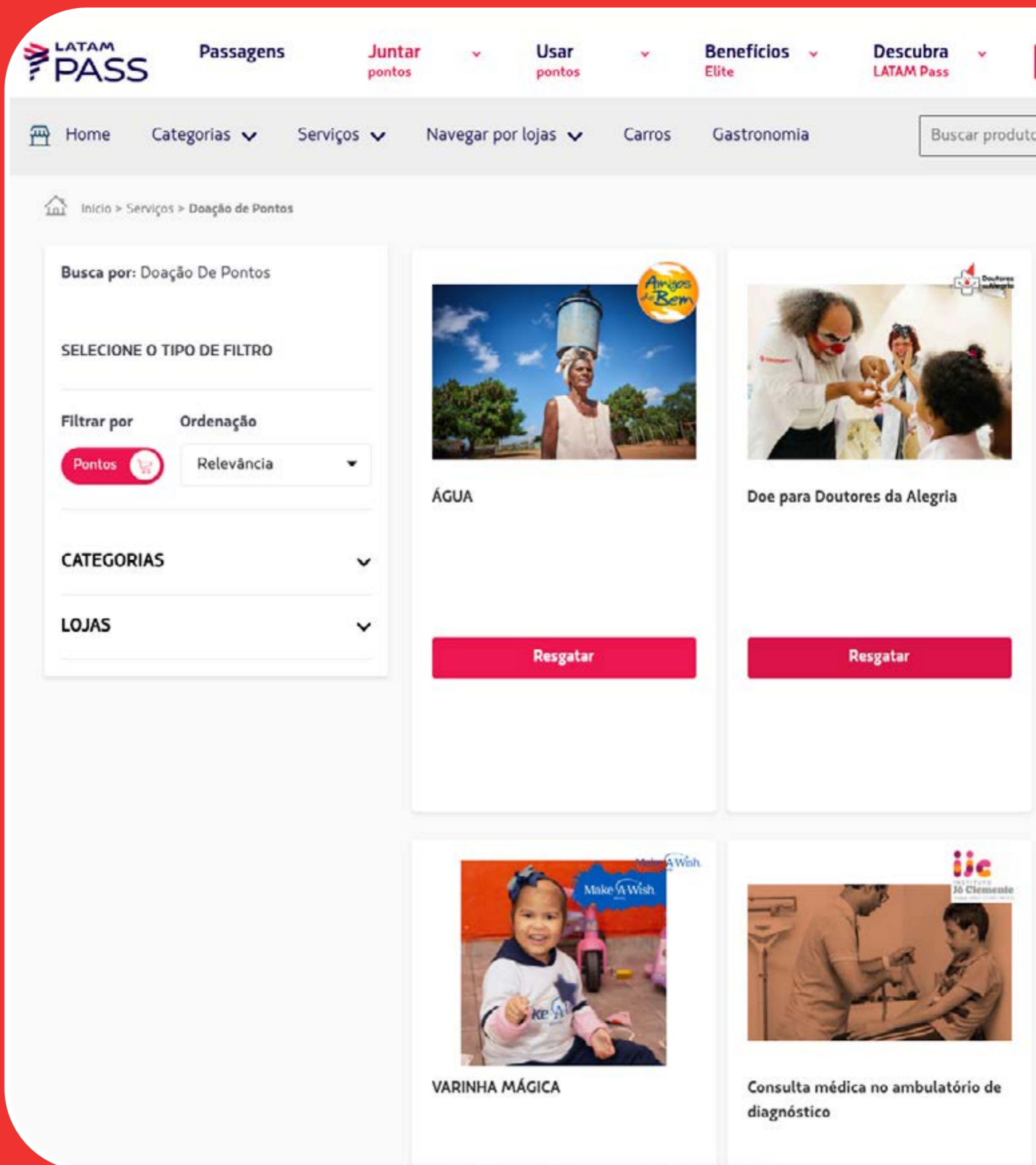
Instituto Jô Clemente (IJC), Amigos do Bem, Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer (GRAACC), Make a Wish e Doutores da Alegria

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de proposta de doação e prestação de contas, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a inovação e o impacto.

[Volte para o índice](#)

[44 / 66](#)



MARCA

Localiza

PRODUTO

Localiza
Meoo

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Serviços

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Gerando Falcões

AVALIAÇÃO

A marca informa que como a ação é contínua, não há uma prestação de contas, mas **tanto Localiza quanto Gerando Falcões buscam comunicar a parceria para a sociedade por meio de campanhas.** Pontuou bem no critério de apresentação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e a proposta de doação.

Localiza Meoo e Gerando Falcões, a parceria que faz o bem!

A cada carro assinado, doaremos um valor para beneficiar o projeto Favela 3D.


GERANDO FALCÕES

[Volte para o índice](#)

[45 / 66](#)

MARCA

Mastercard

PRODUTO

Mastercard

CATEGORIA

Transacional

SETOR

Financeiro

[visite o site](#)

3ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

A cada R\$ 1 arrecadado, um prato de comida é doado

PROJETOS BENEFICIADOS

Ação da Cidadania

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados.

Pontuou bem nos critérios de proposta de doação e apresentação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e a inovação.

[Volte para o índice](#)

[46 / 66](#)



Arredonde suas compras com Mastercard e ajude a salvar vidas.

MARCA

Mercado
Livre

PRODUTO

Coleção
Abadá

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)

2ª vez

que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Loja e Instituto Feira Preta

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação, impacto e inovação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[47 / 66](#)

MERCADO LIVRE
VAI CHEGAR CHEGANDO
NO FESTIVAL FEIRA PRETA

FELICIDADE É TENDÊNCIA

Confira looks incríveis feitos por marcas lideradas por empreendedores negros de todo o Brasil! Aqui você encontra roupas, acessórios, itens de beleza e tudo o que você precisa para Chegar Chegando no Festival Feira Preta!

MARCA

Minalba

PRODUTO

Água
na Lata

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Bebidas

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Gerando Falcões

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação, proposta de doação e impacto, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a inovação e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[48 / 66](#)

MARCA

Mulheres de Peito

PRODUTO

Camiseta
Mulheres de Peito

CATEGORIA

Terceiro Setor

SETOR

Moda e acessórios

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Mulheres de Peito

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas e a prestação de contas.



[Volte para o índice](#)

[49 / 66](#)

MARCA

Nestlé

PRODUTO

NFT Arte da preservação

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Arte

[visite o site](#)

2ª vez

que está presente
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

SOS Mata Atlântica

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados.

Pontuou bem nos critérios de apresentação, inovação e proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[50 / 66](#)

MARCA
Pró-Renal

PRODUTO
Loja
Pró-Renal

CATEGORIA
Terceiro
Setor

SETOR
Moda e
acessórios

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Pró-Renal

AVALIAÇÃO

A organização informa que **a saída dos produtos sociais ainda é simbólica**, ou seja, não há um portfólio para venda. As camisetas foram produzidas para demanda interna, e o excedente foi colocado à venda. Pontuou bem nos critérios de proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e o impacto.

[Volte para o índice](#)

[51 / 66](#)

MARCA

Subway

PRODUTO

Sub da
Quebrada

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Alimentos

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Gerando Falcões

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados.

Pontuou bem nos critérios de inovação e impacto, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a proposta de doação e a prestação de contas.



[Volte para o índice](#)

[52 / 66](#)

MARCA

Todosim

PRODUTO

Todosim

CATEGORIA

Negócio
Social

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

E-commerce de produtos sociais variados

PROJETOS BENEFICIADOS

Diversas instituições

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas e a prestação de contas.



[Volte para o índice](#)

[53 / 66](#)

MARCA

Umbro

PRODUTO

Umbro
Outubro
Rosa

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)



2ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Femama

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem nos critérios de apresentação e impacto, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[54 / 66](#)

MARCA

Vizzela

PRODUTO

Dog Lovers

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Cosméticos

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Causa animal

AVALIAÇÃO

A marca informa que **em cinco anos já prestou apoio a cerca de 90 organizações que atuam em prol dos animais, com a ajuda financeira realizada mensalmente.** Pontuou bem nos critérios de apresentação e proposta de doação, mas pode melhorar a prestação de contas e o impacto.



[Volte para o índice](#)

[55 / 66](#)

MARCA

w7m esports

PRODUTO

w7m esports
Outubro Rosa

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Games

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Câncer de mama

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem no critério de inovação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a proposta de doação e a prestação de contas.



[Volte para o índice](#)

[56 / 66](#)

MARCA

Wondersize

PRODUTO

Camiseta
Mulheres
Mudam o
Mundo

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)



Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 100% do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

RME

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem no critério de proposta de doação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a inovação e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[57 / 66](#)

MARCA

Yuool

PRODUTO

Yuool
+ Instituto
Kobra

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Instituto Kobra

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem no critério de inovação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a proposta de doação e a prestação de contas.



[Volte para o índice](#)

[58 / 66](#)

MARCA

Bhakli Soul

PRODUTO

Bhakli Soul
+ Conexão
Favela

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)



Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de 50% da venda

PROJETOS BENEFICIADOS

Conexão Favela

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuou bem no critério de proposta de doação, mas pode melhorar a apresentação, o atendimento a dúvidas, a inovação e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[59 / 66](#)

MARCA

BW Coffee

PRODUTO

Café BW
Outubro Rosa

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Alimentos

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Protea

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados.

Pontuação intermediária nos critérios de proposta de doação e inovação, mas pode melhorar a apresentação, o atendimento a dúvidas e a prestação de contas.

[Volte para o índice](#)

[60 / 66](#)

MARCA

Cini Bebidas

PRODUTO

Cini Mais
Amor e Sabor

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Bebidas

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Hospital Erastinho

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuação intermediária nos critérios de proposta de doação e apresentação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e o impacto.

[Volte para o índice](#)

[61 / 66](#)

MARCA
Curaprox

PRODUTO
Curaprox
Jô
Clemente

CATEGORIA
Ano todo

SETOR
Higiene

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia



CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Jô Clemente

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuação intermediária nos critérios de proposta de doação e apresentação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e o impacto.

[Volte para o índice](#)

[62 / 66](#)

MARCA

Dryzun

PRODUTO

Dryzun
+ Gerando
Falcões

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)

Produto
inérito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Gerando Falcões

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados.

Pontuação intermediária nos critérios de proposta de doação e inovação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e o impacto.

[Volte para o índice](#)

[63 / 66](#)

MARCA

Grand Cru

PRODUTO

Grand Cru
Outubro Rosa

CATEGORIA

Sazonal

SETOR

Bebidas

[visite o site](#)



3ª vez
que está presente
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte da receita

PROJETOS BENEFICIADOS

Protea

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuação intermediária nos critérios de proposta de doação e apresentação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e o impacto.

[Volte para o índice](#)

[64 / 66](#)

MARCA
Hipercard

PRODUTO
Hipercard

CATEGORIA
Transacional

SETOR
Financeiro

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de valores via cartão de crédito

PROJETOS BENEFICIADOS

AACD

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuação intermediária nos critérios de proposta de doação e apresentação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e o impacto.

[Volte para o índice](#)

[65 / 66](#)

Doe para a **AACD**
com o seu cartão
Hipercard!



MARCA

TJama

PRODUTO

TJama +
Protea +
Ju Romano

CATEGORIA

Ano todo

SETOR

Moda e
acessórios

[visite o site](#)

Produto
inédito
no Guia

CLASSIFICAÇÃO



PROPOSTA DE IMPACTO

Doação de parte do lucro

PROJETOS BENEFICIADOS

Instituto Protea

AVALIAÇÃO

Valores doados e resultados não informados. Pontuação intermediária nos critérios de proposta de doação e apresentação, mas pode melhorar o atendimento a dúvidas, a prestação de contas e o impacto.



[Volte para o índice](#)

[66 / 66](#)

Expediente



CEO: Roberta Faria

Chief Creative Officer: Claudia Inoue

Coordenação de Projeto:

Raíssa Pena e Vanessa Henriques

Edição de Texto e Metodologia:

Vanessa Henriques

Design e Coordenação de Arte: Estúdio Siamo

Pesquisa: Guilherme Dearo e Carolina Muniz

Fotos: Carolina Siqueira, Ilana Bar, iStock

Ilustrações: Camila Bambieri

Revisão: Melissa Sausmikat

Agradecimentos:

Aos jurados Gabriela Rodrigues, Marcio Black, Marcus Nakagawa, Mariana Ribeiro e Mariana Sgarioni, que colaboraram gentilmente com o projeto, além de toda a equipe do Grupo MOL.

Quer ver sua marca representada na próxima edição do Guia?

QUERO PARTICIPAR!

Quer informar um erro no conteúdo deste Guia?

Escreva para:

pesquisa@molimpacto.com.br

MOL
impacto

Copyright © 2024 by MOL Impacto. Todos os direitos desta obra são reservados à MOL Impacto. É proibida a duplicação ou a reprodução deste volume, inteiro ou em partes. Todo o conteúdo é de inteira responsabilidade da MOL Impacto.