



CHOICE
CONFERENCE

NOVOS
NEGÓCIOS
DESAFIOS
TALENTOS



Negócios Sociais

Introdução a modelos de negócio de alto impacto social



ARTEMISIA
NEGÓCIOS SOCIAIS



Negócios Sociais

Negócios economicamente rentáveis que, por meio da sua **atividade principal**, buscam soluções para **problemas sociais**, utilizando **mecanismos de mercado**.



Como geram impacto social

Atendem às necessidades básicas

Possibilitam acesso a produtos e serviços que melhoram a produtividade ou reduzem os custos de transação

Incluem pessoas marginalizados do mercado na cadeia de valor





Grameen Bank Bangladesh

Banco de micro crédito orientado para mulheres de baixa renda em Blangadesh

Contexto:

- Banqueiros não emprestam para pobres. Acreditam que não é rentável e que nunca receberão de volta;
- A mulher não é valorizada;

Público: mulheres de baixa renda da zona rural;

Processo: empréstimo para grupos de 5 a 7 pessoas;

Governança: 94% do banco pertence aos seus clientes, a grande maioria mulheres pobres da zona rural e 6% ao governo;



Banco Pérola Brasil

Banco de micro crédito orientado para jovens da classe C, D e E

Contexto:

Jovens que não possuem renda comprovada não conseguem acesso ao mercado tradicional de crédito;

Novo Público

- Oferece microcrédito orientado para os jovens que não possuem renda comprovada;
- Tem como diferencial apostar no potencial de jovens que estão empreendendo pela primeira vez;



Grameen Danone Bangladesh

Fábrica de iogurte que contribui para a erradicação da desnutrição infantil

Em um contexto onde:

Alto índice de desnutrição das crianças:
41% têm deficiência no crescimento
devido à falta de nutrientes adequados;

Modelo descentralizado

- Pequenas fábricas com tecnologia apropriada e mão-de-obra local;
- Rede local de fornecedores e distribuidores;
- Geração de renda para a comunidade;
- Produto adaptado ao contexto e necessidade local;



LifeStraw

Purificar de água acessível para as pessoas mais pobres

Em um contexto onde:

- 1.1 bilhão de pessoas não tem acesso a água potável;
- 6.000 crianças morrem por dia de doenças contraídas pela ingestão de água contaminada;

Novo Produto:

- Purificador de água de 3 dólares;
- Reduz a contaminação de pessoas pela água não-tratada;
- Acessível a pessoas de baixa renda;



LifeSpring Índia

Rede de pequenos hospitais que oferece serviços pré e pós natal para mulheres na zona rural da Índia;

Em um contexto onde:

- 20 milhões de bebês nascem prematuros por ano;
- 4 milhões de bebês prematuros morrem por não conseguirem manter a temperatura do corpo;

Novo Serviço:

- Pequenas maternidades que oferecem serviço de alta qualidade por um custo muito baixo que as pessoas mais pobres podem pagar (mulheres com renda até 5 dólares);



Aravind Eye Care System & Auro Lab Índia

Hospitais Oftalmológicos que oferecem serviços que combatem a cegueira desnecessária na Índia;

Em um contexto onde:

- 90% da cegueira poderia ter sido evitada se a doença fosse diagnóstica e tratada;

Novo Público

- Redução dos custos do procedimento cirúrgico em até 90%;
- Cirurgias de catarata em número elevado, alta qualidade e baixo custo;
- Lentes interoculares Aurolab com preço de venda entre US\$2- no mercado US\$150;



Sementes de Paz Brasil

Cooperativa de logística e distribuição de alimentos e produtos orgânicos e agroecológicos

Em um contexto onde:

- Produtos orgânicos são inacessíveis para pessoas mais pobres;
- Pequenos produtores não tem acesso ao mercado tradicional;

Nova relação com stakeholders

- Baseia na construção de uma rede de consumo coletivo que inclui, por um lado, pequenos produtores e associações de produtores orgânicos e pessoas interessadas em consumir produtos agroecológicos.



Granja Andar Argentina

Rede de Padarias que inclui pessoas com deficiência (física e mental) em toda a sua cadeia de produção;

Em um contexto onde:

Pessoas com deficiência não conseguem emprego e acesso a educação de qualidade;

Novo Público

- A Inclusão de pessoas com deficiência aumenta a eficiência da produção;
- Oferece oportunidade de trabalho, independência e inclusão;



El Arca Argentina

**Promove comunidades “prosumidoras”= produtores mais consumidores;
Articula pequenos produtores com consumidores responsáveis.**

Em um contexto onde:

- Pequenos produtores são mal remunerados;
- Não há incentivo para o consumo local de alimentos;

Nova Relação com Stakeholders

- Articula um círculo virtuoso de comércio justo;
- Estimula o empreendedorismo e a liderança de produtores;
- Reinveste no desenvolvimento local
- Compartilha a governança;



Saiba mais...

Bibliografia

- **Building Social Business:** The New Kind of Capitalism That Serves Humanity's Most Pressing Needs. MUHAMMAD YUNUS. Public Affairs, 2010
- **Capitalismo na Encruzilhada** - STUART HART Pearson, 2005
- **O banqueiro dos Pobres** – MUHAMMAD YUNUS. Ed. Atica. 2002
- **Forces for Good:** The Six Practices of High-Impact Non profits. CRUTCHFIELDL. R. & GRANTH. M. Jossey-Bass, 2008
- **Negócios inclusivos en América Latina.** MÁRQUES, P. REFICCO, G. BERGER, G. Harvard Business Review, 2009
- **Out Of Poverty. What Works When Traditional Approaches Fail,** PAUL POLAK Livros

Bibliografia

- **Socially Inclusive Business. Engaging the Poor Through Market-Based Initiatives in Iberoamerica.** SEKN - Social Enterprise Knowledge Network, Harvard University Press, 2010
- **The Blue Sweater: Bridging the Gap Between Rich and Poor in an Interconnected World.** JACQUELINE NOVOGRATZ. 2009
- **The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through profits.** PRAHALAD. Person, 2010
- **The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets that Change the World.** JOHN ELKINGTON. Harvard Press, 2008
- **Um Mundo sem Pobreza: a Empresa Social e o Futuro do Capitalismo.** MUHAMMAD YUNUS. Ed. Atica. 2008.

Bibliografia

- **Criadores de mercado que mudam o mundo**
Elkington, John ; Hartigan , Pamela 2008.
- **Desencadeando o empreendedorismo: O poder das empresas a serviço dos pobres**
Organização das Nações Unidas, 2004.
- **Social Enterprise: Making a Difference**
David Rockefeller Center for Latin American Studies, Harvard University.
Fall, 2006
- **Mercados inclusivos e sustentabilidade**
Boechat, Cláudio. Seminário "Inovação e produtos para a base da pirâmide". 2009
- **Profit with a conscience, can business be "good"**
Fleischer, H. Daniel. Dissertation of the M. Sc. In Local Economic Development. London. England. 2001

Bibliografia

- **The Mirage of Marketing to the Bottom of the Pyramid: How the private sector can help alleviate poverty?**
Karnani, Aneel. California Management Review VOL 49, NO.4 SUMMER, 2007.
- **Investing for Social & Environmental Impact**
Monitor Institute, 2009.
- **The Base of the Pyramid Protocol: Toward next generation BOP Strategy**
Simanis, Erick;
Hart, Stuart. Cornell University, 2008.
- **The Great Leap: Driving Innovation from the base of the Pyramid**
Hart, Stuart; Christensen, Clayton. Sloan Management Review
- **Creating Value for All: Strategies for doing business with the poor**
United Nations Development Programme , 2008

Bibliografia

- **Powerty free world**
Yunus Muhammad, 2005
- **Is it fair to do business with the poor?**
Yunus, Muhammad; Chu, Michael. World Microfinance Forum Geneva: Promoting inclusive financial markets. 2008
- **Getting to the Bottom of “Triple Bottom Line”**
Norma, Wayne; MacDonald, Chris. In Press, Business Ethics Quartely. 2003
- **The Social Intrapeneur:**
A Field Guide for Corporate Changemakers. SustainAbility

Sites

- www.artemisia.org.br
- www.aliancaempreendedora.org.br
- brasil.nextbillion.net
- www.clearlyso.com
- www.doisemeio.com
- www.nextbillion.net
- www.beyondprofitmag.com
- www.grameenfoundation.org
- www.avina.com
- www.skollfoundation.com

O movimento CHOICE



O Movimento CHOICE é um convite para universitários inquietos, inovadores ou empreendedores fazerem parte da nova geração que está mudando a forma de fazer negócios.



Omar, 26, fundador do Sementes de Paz



Alessandra França, 24, fundadora do Banco Pérola

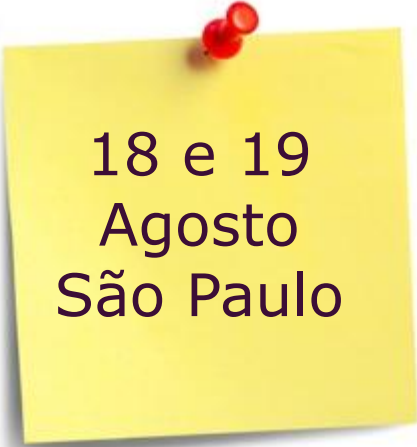
As principais escolas de
negócio e tecnologia do
mundo já estão
engajadas com o tema
de negócios sociais; a
Artemisia, com o
movimento CHOICE,
traz esse conceito para
as universidades
brasileiras.



Henrique Bussacos, 30, empreendedor da TEKOHÁ



Tiago Dalvi, 24, fundador da Solidarium



18 e 19
Agosto
São Paulo



CHOICE Conference

A Artemisia traz empreendedores, acadêmicos e representantes de organizações que estão construindo o campo de Negócios Sociais no Brasil e no mundo para lançar o movimento CHOICE, na Conferência.



Faça parte da **nova**
geração que está
mudando a forma de
fazer **negócios**.

