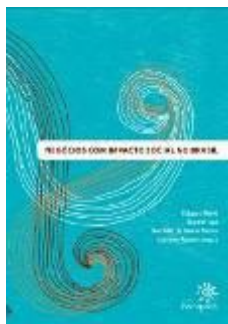


EDITORA PEIRÓPOLIS LANÇA 'NEGÓCIOS COM IMPACTO SOCIAL NO BRASIL'

*Evento de lançamento acontece no dia 21 de novembro, às 19h30, na FGV SP, com o debate **Experiências brasileiras de impacto social** com a participação de Edgard Barki (FGV), Claudia Lorenzo (Coca-Cola) e Marcel Fukuyama (CDI)*



FICHA TÉCNICA:

Título: Negócios com impacto social no Brasil

Autores: Edgar Bark, Daniel Izzo, Haroldo Gama Torres e Luciana Aguiar

Formato: 17 x 24 cm

Nº de páginas: 248

ISBN: 978-85-7596-326-5

Preço: R\$ 48,00

A editora Peirópolis lança, este mês, o livro **Negócios com impacto social no Brasil**, organizado por Edgard Barki, Daniel Izzo, Haroldo Gama Torres e Luciana Aguiar. A obra aborda as especificidades do empreendedorismo na base da pirâmide e mostra caminhos possíveis e reflexões fundantes de uma atuação bem sucedida em experiências com impacto social, provando que o Brasil pode incubar grandes transformações tecnológicas em direção a um mundo verde e sustentável.

Desde que, há cerca de dez anos se discute o conceito de que as empresas deveriam atender às necessidades de quatro bilhões de pobres que se encontravam na base da pirâmide, dezenas de empresas, ONGs e acadêmicos de todo o mundo vêm trabalhando ativamente neste propósito. As reflexões dos autores do livro sobre as experiências acumuladas durante este período é um importante instrumento para se dar um passo importante em direção à evolução da teoria e da prática sobre a base da pirâmide.

Segundo Stuart L. Hart, autor do prefácio da obra e especialista em estratégias empresariais de baixa renda, as abordagens de mercado para lidar com a pobreza ou com os problemas sociais, questões relevantes e os desafios estratégicos e de oportunidade impostos por esse novo tema são os assuntos destacados na obra que defende a teoria de que os pobres não devem mais ser vistos como meros “consumidores” ou “produtores”, mas sim como “colegas” e “parceiros” envolvidos na criação de negócios inteiramente novos, que geram valor compartilhado, deixando de lado o “martelo” corporativo e conviver em comunidades da base da pirâmide com um espírito de humildade e aprendizagem mútua.

“A competitividade nesse mercado é, logicamente, mais do que desejável, já que, ao apontar soluções inovadoras para questões sociais ou ambientais a partir de perspectivas de negócios sustentáveis, é capaz de catalisar de forma acelerada o processo de desenvolvimento humano no país. Mas exige também inovação na forma de pensar e nas tecnologias que adota, a fim de garantir negócios com alto impacto social e baixo impacto ambiental”, analisa Stuart L. Hart.

Em **Negócios com impacto social no Brasil**, o leitor encontrará contribuições de autores qualificados, respostas e questões importantes sobre a abordagem para o desenvolvimento sustentável da chamada base da pirâmide.





Dividida em 11 capítulos e três sessões, a primeira parte da obra trata do campo dos negócios com impacto social, introduzindo as discussões conceituais sobre mercados da base da pirâmide e negócios com impacto. A segunda seção busca discutir o papel dos principais atores em negócios sociais, com destaque para grandes e pequenas empresas, empreendedores, ONGs, governo e fontes de financiamento. A terceira seção aborda três dimensões fundamentais para a operação desses negócios: inovação e tecnologia, microcrédito, aferição do impacto social e mapeamento dos negócios com impacto social. “Todos os capítulos foram elaborados e ilustrados por dezenas de empresas que estão efetivamente atuando no campo dos negócios com impacto social no Brasil e no mundo, de modo a tentar esclarecer um debate que, por vezes, ainda apresenta conceitos ambíguos e fragmentados”, explica o autor do prefácio.

Claudia Lorenzo, executiva de Negócios Sociais da Coca-Cola Brasil, apoiadora da publicação, avalia que **“Negócios com impacto social no Brasil** nos presenteia com uma visão holística sobre os desafios dos novos modelos em construção. Cada capítulo nos apresenta excelentes reflexões sobre muitos temas em que ainda não temos as respostas. De fato, isso importa menos. A beleza deste livro está no convite otimista para que todos comecemos esta trajetória, que vai demandar coragem para inovar, humildade para aprender e colaborar e integridade intelectual para os erros e acertos do caminho.”

Na análise de Stuart L. Hart, a obra não tem por objetivo oferecer uma resposta fechada, mas trazer informações sobre uma nova maneira de fazer negócios, que inova ao buscar ativamente causar impacto social positivo. “Assim como no exterior, esse campo parece estar se expandindo rapidamente no país, com novos fundos, empresas de consultoria, aceleradoras e acadêmicos especialmente dedicados ao tema. Esse cenário mostra que o setor de negócios com impacto social já é mais do que um projeto: apesar de se encontrar em estágio inicial, esse campo já se tornou realidade”, conclui.

O livro conta, também, com a colaboração de Antonio Ermírio de Moraes Neto, Eduardo Diniz, Gilberto Ribeiro, Graziella Maria Comini, Lauro Gonzalez, Marcel Fukayama, Nina Valentini, Renato Kiyama e Vivianne Naigeborin.

Sobre a Editora Peirópolis:

A Editora Peirópolis foi criada em 1994 com a missão de contribuir para a construção de um mundo mais solidário, justo e harmônico, publicando literatura que ofereça novas perspectivas para a compreensão do ser humano e do seu papel no planeta. Suas linhas editoriais oferecem formas renovadas de trabalhar temas como ética, cidadania, pluralidade cultural, desenvolvimento social, ecologia e meio ambiente – por meio de uma visão transdisciplinar e integrada. Tem ainda coleções dedicadas à literatura indígena, à mitologia africana e ao folclore brasileiro. A editora está afinada com os propósitos do terceiro setor, participando ativamente do crescente movimento de sua profissionalização. Para saber mais sobre a Peirópolis, acesse www.editorapeiropolis.com.br

Informações para a imprensa – Editora Peirópolis:

COMMUNICA BRASIL

PABX: (11) 3868-0300

Andrea Funk – andrea@communicabrasil.com.br

Andrea Mello - andreamello@communicabrasil.com.br

www.communicabrasil.com.br

