

# Visionaris

Prêmio UBS ao Empreendedor Social  
Sétima Edição, Brasil



# Apresentação

*Como parte de seu compromisso de responsabilidade social, em 2004 o UBS instituiu o "Visionaris – Prêmio UBS ao Empreendedor Social", em colaboração com a organização internacional Ashoka. Este ano celebramos a sétima edição do Visionaris Brasil, iniciativa com a qual buscamos apoiar a promoção do desenvolvimento social de uma maneira profissional e eficaz.*

Os empreendedores sociais são agentes fundamentais de mudança em nossa sociedade. Por meio de suas intervenções, identificam desequilíbrios sociais que causam a exclusão, a marginalização e o sofrimento de um segmento da sociedade e promovem abordagens inovadoras para corrigir esta questão.

Como resultado de suas ações, os empreendedores sociais estabelecem um novo equilíbrio que alivia o sofrimento da população afetada e, por meio da persuasão direta ou indireta, contribuem para a criação de um ecossistema estável, assegurando um futuro melhor para a população originalmente afetada e para a sociedade em geral.

Nestas sete edições de Visionaris, honramos 28 empreendedores sociais no Brasil pelo grande trabalho que fazem a favor da sociedade. Temos ajudado a promover

projetos que beneficiam milhares de brasileiros mediante intervenções nos setores da educação, saúde, segurança, meio ambiente, entre outros.

Com o Visionaris, nosso objetivo é atuar como intermediário entre ideias e capital: enquanto esses visionários expõem suas iniciativas, sua motivação, sua determinação e seu compromisso à serviço do mundo, nós podemos oferecer apoio financeiro, colocá-los em contato com filantropos locais e internacionais e contribuir para a disseminação deste impressionante trabalho.

Esperamos que a visão, a criatividade e o compromisso de vida de cada um dos empreendedores aqui apresentados sirvam como estímulo e exemplo para aqueles que estão em busca de verdadeiras mudanças em nossa sociedade. Visionaris é um dos meios pelos quais o UBS deseja contribuir para que possamos alcançar esses objetivos.

**Sylvia B. Coutinho**  
*Presidente UBS Brasil*

# UBS

O UBS é uma das empresas financeiras líderes no mundo. Está presente nos principais centros financeiros do planeta e emprega mais de 60 mil pessoas em mais de 50 países. Com sede em Zurique e Basileia, Suíça, UBS oferece a seus clientes uma combinação de serviços de wealth management, gestão de ativos e banco de investimento em níveis global e regional.

No Brasil, o UBS combina profundo conhecimento do mercado local com uma oferta global de produtos. Isto nos permite oferecer a nossos clientes valor agregado, utilizando a combinação de recursos e a experiência em todos os negócios.

O UBS foi um dos primeiros bancos a se dedicar à filantropia e seu compromisso com esse tema vem de muitos anos. Contamos com uma equipe global com mais de 30 especialistas que oferecem uma abordagem profissional e abrangem todos os aspectos da filantropia. O UBS Philanthropy and Sustainable Investing fornece direcionamento, assessoria, produtos e serviços que ajudam nossos clientes a alcançar uma mudança positiva por meio de doações ou investimentos, desde a fase de desenvolvimento estratégico até a implantação.

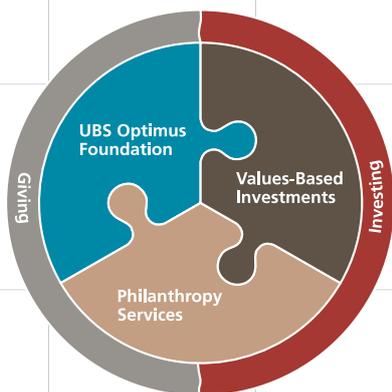
O UBS Philanthropy and Sustainable Investing é mais uma forma com a qual o UBS expressa seus valores institucionais. A busca pela excelência, as relações responsáveis, assim como seus elevados padrões éticos, sua integridade, confidencialidade e diversidade, são valores fundamentais em que se baseia o trabalho do UBS e sustentam o seu êxito.

## Responsabilidade Social e empresarial

Como instituição financeira suíça de prestígio internacional, o UBS considera a responsabilidade social e empresarial parte integrante de sua identidade e modelo de negócio e visa à criação de valores sustentáveis que contribuam para o bem-estar de seus clientes, funcionários e acionistas, assim como a comunidade onde está inserido.

Para o UBS, o comportamento empresarial responsável vai além do lucro ou estar em acordo com as leis e regras ao fazer negócio. A prova disso é que o UBS foi uma das primeiras instituições que assinaram o Pacto global das Nações Unidas, uma iniciativa que une governo, empresas, organizações trabalhistas e sociedade civil para promover a adesão global aos princípios relacionados aos direitos humanos e às normas ambientais e trabalhistas.

Como uma empresa socialmente responsável, o UBS assumiu o compromisso de oferecer oportunidades iguais a seus funcionários, proteger a privacidade financeira, combater a lavagem de dinheiro, proteger o meio ambiente e contribuir de maneiras positiva e ativa em toda comunidade da qual faz parte.



# Ashoka Empreendedores Sociais

## O que é Ashoka?

A Ashoka é uma organização que promove a inovação, o empreendimento social e a formação de agentes de mudança nos diferentes setores. Conta com mais de 30 anos de experiência e é a maior rede de empreendedores sociais líderes no mundo. Tem presença em mais de 70 países, e mais de 3.000 empreendedores sociais. A Ashoka promove uma cultura onde "Todos podem ser agentes de mudança" com o objetivo de engajar a sociedade na construção de soluções sociais aos problemas mais urgentes. Acredita em um mundo de redes colaborativas em que se rompem as barreiras entre setores, o que permite desenvolver projetos inovadores e de alto impacto social com participação e contribuição do setor privado, acadêmico, social e público. Trabalha com jovens, universidades, empresas, empresários e organizações sociais para alavancar seus potenciais de mudanças.

## Missão

"Todos podemos ser agentes de mudança". A Ashoka se esforça para dar forma a um setor social global, empreendedor e competitivo, permitindo que os empreendedores sociais se desenvolvam e fomentem a ideia de que todos os cidadãos pensem e atuem como agentes de mudança. A Ashoka acredita que investir em empreendedores sociais e suas inovações é a maneira mais eficaz de promover uma transformação social positiva por meio de seu efeito multiplicador em todos os setores da sociedade.

## O que é um empreendedor social?

Um empreendedor social é uma pessoa que busca resolver problemas graves de maneira inovadora e sustentável. Tem o temperamento, espírito, criatividade e determinação de um empreendedor de negócios; sem medo, aplica estas qualidades para solucionar problemas sociais no lugar de ganhos econômicos. O trabalho do empreendedor social é: reconhecer quando uma parte da sociedade está necessitada e proporcionar novas formas de enfrentar a situação; identificando o que não está funcionando de maneira adequada e resolvendo sistematicamente, de modo a difundir a solução, persuadindo sociedades inteiras a caminhar seguramente para a transformação. Nas palavras de Bill Drayton, fundador da Ashoka, "Os empreendedores sociais vão além de entregar o peixe; ensinam a pescar." O empreendedor social concebe e trabalha por uma ideia nova, desenhada para resolver os problemas numa escala ampla, por abordar não somente o problema que nos ocupa, como também suas raízes. Os empreendedores sociais aproveitam as oportunidades e criam soluções para melhorar a sociedade.

## O que faz a Ashoka?

A Ashoka motiva a mudança e inovação social por meio da promoção do empreendimento social em diferentes setores da sociedade: jovens, universidades, empresas, etc. Busca ativar a potência, que todos temos, de ser um agente de mudança. Apoiar líderes empreendedores sociais, oferecendo-lhes recursos econômicos, suporte profissional e acesso a uma rede global. A Ashoka tem presença em 70 países e mais de 30 anos de experiência.

## Ashoka venture

Identifica, seleciona e apoia com recursos econômicos e com uma rede profissional aos empreendedores sociais com as mais altas possibilidades de causar um grande impacto social.

## Ashoka Fellowship

Permite aos empreendedores sociais filiados a compartilhar ideias e colaborar por meio de reuniões, fóruns nacionais e eventos globais. Reúne uma comunidade global de mais de três mil empreendedores sociais. O processo de seleção dos empreendedores sociais se baseia em cinco critérios:

- Solução transformadora
- Criatividade na resolução de problemas
- Trajetória empreendedora
- Impacto social positivo da ideia
- Fibra ética inquestionável

## Ashoka Avancemos

Encoraja jovens agentes de mudança entre 14 e 24 anos de idade a criar soluções em sua comunidade. Oferece capacitação, suporte financeiro e acesso a uma comunidade global de jovens agentes de mudança para desenvolver e liderar empreendimentos sociais.

## Ashoka U

Apoia universidades e colégios líderes no mundo a alcançarem excelência em educação de empreendimento social. Promove, planeja e acelera visões novas eficazes para o ensinamento do espírito do empreendimento de alta qualidade social, a investigação e a ação.

## Cidadania Econômica para Todos

Promove uma relação de troca entre as empresas e a sociedade. A Ashoka acredita que ao mudar radicalmente a relação entre empresas e ONGs, novos mercados podem surgir, gerando emprego para as populações necessitadas e transformando indústrias.

## Como são eleitos os empreendedores sociais da Ashoka?

A Ashoka tem estabelecido e aperfeiçoado um rigoroso processo de seleção dos empreendedores sociais mais inovadores com a maior probabilidade de impacto social em larga escala. O processo de seleção se baseia nos seguintes critérios:

- Ideia inovadora
- Criatividade na solução de problemas
- Empreendedorismo de qualidade
- Ideias que impactem socialmente
- Fibra ética

A Ashoka recebe nomeações de grupos locais como, acadêmicos, empreendedores sociais (inclusive os da Ashoka) e líderes de comunidades ou empresas.

## Que tipo de ideias a Ashoka está buscando?

A Ashoka procura novas estratégias, conceitos, ideias, métodos e organizações que respondam as necessidades sociais (de saúde e educação a direitos humanos), visando ampliar e fortalecer a sociedade civil.

# Visionaris – Prêmio UBS ao Empreendedor Social

## Reinventando inovação

Um empreendedor social torna-se tal ao projetar uma ideia inovadora para combater um problema social ou ambiental. No entanto, com o passar do tempo, o modelo desenvolvido para garantir a transformação social pode já não ser mais suficiente. Os desafios que afetam nossa sociedade estão cada vez mais complexos e exigem constante adaptação dos agentes sociais que procuram enfrentá-los. Desta forma, apenas as organizações capazes de reinventar processos de mudança social terão sucesso em sua missão a longo prazo.

O Prêmio Visionaris 2015 foi concebido para identificar empreendedores sociais que estejam constantemente a procura de soluções inovadoras em suas organizações e que elaboram mecanismos para torná-las possíveis. Isso ocorre por meio de uma cultura de inovação que permite que

os funcionários da organização questionem o status quo, experimentem e assumam riscos e expressem livremente suas opiniões, bem como a existência de um mecanismo de aprendizagem institucional que possibilite o aprendizado com erros cometidos para convertê-los em fatores de êxito.

Os candidatos deveriam trabalhar em tempo integral em suas iniciativas e estarem comprometidos com elas desde 1 de janeiro de 2013. Todos os candidatos tiveram que completar um formulário com informações detalhadas sobre seu projeto. Uma equipe formada pela ponteAponte (organização social sem fins lucrativos) realizou a primeira validação e pré-seleção das aplicações. Um comitê de seleção, composto por membros do setor empresarial e social e por diretores do UBS, designou o ganhador e os finalistas.

# Prêmio UBS ao Empreendedor Social – Vencedor



**Nome do Finalista:** Alice Gonçalves Freitas

**Organização:** Rede Asta

**Tema:** Venda de produtos artesanais criativos feitos por mulheres de classes desfavorecidas

**Lugar de atuação:** Rio de Janeiro - RJ

## Problema que aborda

O projeto Rede Asta atua no treinamento de mulheres artesãs para que elas consigam administrar seus negócios de forma mais efetiva. Nesse sentido, a organização orienta sobre a formação de redes de produção, a criação de canais de venda, o acesso a mercados e a criação de redes. O trabalho da Rede Asta resulta no fortalecimento dos empreendimentos produtivos de classes menos favorecidas, o que contribui para a diminuição da desigualdade social brasileira.

## Modelo de intervenção

Dos 64 grupos integrantes da Rede Asta, 97% são legalizados e contam com uma renda média mensal de R\$ 1 mil por pessoa. Todos recebem treinamento técnico e, posteriormente, participam de cursos na Escola das Produtoras. Trata-se de um projeto inovador, ainda em fase de elaboração e captação, que foi idealizado pela Rede Asta com o foco na mulher brasileira artesã. Existem hoje no Brasil 33 mil empreendimentos solidários, que empregam mais de 7 milhões de pessoas e movimentam R\$ 8 bilhões (0,15% do PIB) por ano. Destes, cerca de um terço confeccionam artesanato e produtos têxteis, gerando R\$ 23 milhões em receitas por mês. Embora relevante em termos econômicos, este é um setor frágil. A maior parte dos empreendimentos (67%) tem dificuldade com a comercialização e não conta com meios de promoção dos produtos (apenas 1% utiliza comunicação de maior alcance).

## Impacto Social

A Rede Asta teve início em 2005, quando apoiou um grupo de 30 mulheres em uma cooperativa de catadores de Campo Grande, na periferia do Rio de Janeiro. O faturamento total em vendas naquele ano foi de R\$ 15 mil. Quase dez anos depois, em 2014, a Rede já contava com 800 artesãs, divididas em 64 grupos distribuídos em 10 estados brasileiros. O faturamento chegou a R\$ 1,2 milhão. O índice de satisfação dos grupos é de 81% e mais de 80% consideram que sua renda aumentou após o trabalho com a Rede Asta.

## Dimensão econômico-financeira

Os recursos da Rede Asta são obtidos por meio da comercialização dos produtos. Já a captação de recursos representa em torno de 34% das receitas da Rede. Em 2014, os recursos mais importantes vieram da Fundação Chanel (única organização apoiada por eles no Brasil - R\$ 400 mil) e da Chevron (R\$ 600 mil).

### Potencial crescimento

Por meio de um indicador de Renda Mensal por Grupo Produtivo, a Rede separou os grupos em curvas A, B, C e D. Estão na curva A os grupos que faturam mais de R\$ 1 mil por mês com a Asta. Na curva D, os que faturam menos de R\$ 300 mensais. Hoje, 56% dos grupos estão nas curvas A e B. A meta é elevar esse porcentual para 90% até o final de 2015. Para isso, a Rede promoverá, além de treinamentos, parcerias de longo prazo que permitirão acesso a um mercado constante e relativamente estável.

### História pessoal

Em 2003, Alice Gonçalves Freitas e a amiga Renata Brandão se uniram para a criação de um projeto chamado Realice. Elas deixaram a vida corporativa e colocaram à venda tailleurs e sapatos de salto alto. Com o dinheiro arrecadado em um bazar deram início ao projeto, que tinha como principal objetivo estimular os jovens para o trabalho voluntário e criar um banco de dados de boas ideias em três áreas sociais, entre elas a geração de renda. O projeto cresceu e ganhou a chancela da Unesco e do MRE (Ministério das Relações Exteriores); recebeu a participação de 15 novos parceiros e ainda o patrocínio parcial da Osklen. Com este apoio, as amigas visitaram a Índia, Bangladesh, Tailândia e Vietnã em busca de pequenas iniciativas sociais que deram certo. Rachel Schettino, outra amiga de Alice, também aderiu à iniciativa e, a partir daí, elas criaram o projeto voltado para artesãs. "Rachel é uma locomotiva e sem ela a Asta certamente não existiria, ou existiria de outra forma, porque eu sabia que sozinha não daria conta", afirma Alice.

### Endereço

Rua Sargento Pinto de Oliveira, 84 – Ramos  
Rio de Janeiro – RJ  
Telefone: (21)2560-5356  
E-mail: contato@redeasta.com.br  
Site: www.redeasta.com.br



# Prêmio UBS ao Empreendedor Social – Finalista



**Nome do Finalista:** David Daniel Hertz

**Organização:** Gastromotiva

**Tema:** Promoção do Movimento Gastronomia Social no Brasil e no mundo para gerar inclusão social por meio da comida

**Lugar de atuação:** São Paulo - SP

## Problema que aborda

A Gastromotiva tem como objetivo melhorar a capacitação de jovens no setor de gastronomia e, com isso, ajudá-los a conseguir uma oportunidade no mercado de trabalho. O público-alvo é formado por jovens de 18 a 35 anos – parcela na qual 20% das pessoas estão desempregadas (IBGE, 2012).

## Modelo de intervenção

Desde 2006, o Curso Profissionalizante de Cozinha da Gastromotiva já recebeu mais de 10.000 fichas de inscrição - só em 2014 foram mais de 3.500. Deste total, foram preparados 361 alunos. Para disseminar o conhecimento para os jovens que não foram atendidos, a estrutura curricular passou a oferecer, há quatro anos, o Trabalho de Ação nas Comunidades (TAC). Trata-se de uma iniciativa na qual os alunos devem desenvolver um projeto para replicar o que aprenderam em suas comunidades, levando conhecimento e informação prática através da gastronomia sustentável e social.

## Impacto Social

A Gastromotiva gera impacto social de duas maneiras: diretamente, com o Curso Profissionalizante de Cozinha e, indiretamente, com o Trabalho de Ação nas Comunidades (TAC). Neste trabalho, os alunos são estimulados a replicar o que foi aprendido no curso em suas comunidades, tornando-se multiplicadores da Gastromotiva. Desde sua fundação, em 2006, cerca de 1.200 alunos passaram pelo Curso Profissionalizante de Cozinha e, até o final de 2015 serão mais 500 alunos qualificados. Atualmente, o curso possui 23 turmas com um nível de 80% de empregabilidade. Desde 2011, mais de 45.000 pessoas foram impactadas pelo Trabalho de Ação nas Comunidades.

## Dimensão econômico-financeira

Os recursos da Gastromotiva são arrecadados junto a empresas, doadores particulares, indivíduos, fundações nacionais e internacionais, e por alguns cursos particulares.

### Potencial crescimento

A equipe de projetos e a diretoria da Gastromotiva analisam constantemente dados relevantes em todas as fases do Curso Profissionalizante em Cozinha - seleção, aulas e empregabilidade. Foi verificado que grande parte dos inscritos no curso teriam condições de pagar, o que permitiu o planejamento de implementação de cursos pagos que atendam a demanda de educação e de mão de obra mas também gerem recursos para a Gastromotiva. Além disso, desde 2014, dois grandes projetos estão sendo estruturados para atender novos desafios sociais e otimizar os recursos da Gastromotiva.

### História pessoal

Durante sua juventude, David viajou pelo mundo e descobriu que sua vocação é trabalhar com comida. Estudar gastronomia e passar por todos os estágios profissionais em um restaurante fizeram com que ele compreendesse a dimensão do mundo gastronômico. Ao conhecer os líderes do Movimento Slow Food, percebeu que havia um importante caminho sustentável dentro da nossa sociedade. "Encontrei no conceito de empreendimentos sociais a forma perfeita de tocar um negócio com uma causa." O primeiro projeto social que criou e liderou foi o Cozinheiro Cidadão, no qual conheceu Urídeia Andrade. "Criei a Gastromotiva para servir jovens que têm a garra e determinação que ela tem." Hoje Urídeia é chefe de cozinha, empresária e professora de gastronomia.

### Endereço

Rua Aurélia 1785-A

São Paulo - SP

Telefone: (11) 2924-0330 / 2924-0301

E-mail: [gastromotiva@gastromotiva.org](mailto:gastromotiva@gastromotiva.org)

Site: [www.gastromotiva.org](http://www.gastromotiva.org)



# Prêmio UBS ao Empreendedor Social – Finalista



**Nome do Finalista:** Luís Fernando Guedes Pinto

**Organização:** IMAFLORA – Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola

**Tema:** Promoção da conservação ambiental, o respeito aos limites do planeta e a ampliação dos benefícios sociais associados ao uso dos recursos naturais

**Lugar de atuação:** Piracicaba - SP

## Problema que aborda

O trabalho do IMAFLORA busca desenvolver e valorizar políticas e práticas que contribuam para a conservação dos recursos naturais, a proteção das florestas e a melhoria da vida de trabalhadores e comunidades rurais, tradicionais e indígenas. Trabalham para diminuir e acabar com o desmatamento no Brasil, a degradação do solo, da água e da biodiversidade, assim como condições degradantes e desrespeito de direitos de populações rurais.

## Modelo de intervenção

A atuação do projeto está transformando o comportamento de negócios dos setores florestal e agropecuário e suas cadeias produtivas. O trabalho está baseado em premissas e métodos originais como: valorização dos recursos naturais, por meio do seu uso e produção sustentável; e criação de um Fundo Social, que é composto de uma taxa cobrada dos serviços de certificação prestados a empresas. O fundo é destinado a subsidiar o custo da certificação para comunidades e agricultores familiares e financiar outros projetos para este público, entre outros métodos utilizados.

## Impacto Social

O Plano Estratégico incorpora uma Teoria de Mudança, responsável por apresentar um modelo de intervenção para atingir o impacto almejado: redução do desmatamento, da degradação florestal, das emissões de gases de efeito estufa decorrentes de atividades associadas ao uso do solo, do uso de agrotóxicos, além da diminuição do número de trabalhadores rurais em condições degradantes. A iniciativa atinge 705 empreendimentos florestais ou agrícolas certificados, que somam 4,5 milhões de hectares sob manejo e produção sustentável, e 109.000 trabalhadores rurais com direitos garantidos e condições dignas de trabalho.

## Dimensão econômico-financeira

Os instrumentos voluntários de mercado têm sido mecanismos poderosos, mas que têm naturalmente excluído as comunidades indígenas e pequenos produtores, devido aos custos e outras barreiras para este público. O IMAFLORA é a única organização que atua como certificador florestal (FSC) e agrícola (RAS) (maior parte da receita obtida pela organização) que tem uma preocupação explícita e políticas claras para a inclusão deste público. Possuem um Fundo Social inovador para subsidiar os custos de certificação, além de outras atividades para diminuir as barreiras para o pequeno produtor se diferenciar.

### Potencial crescimento

O aprendizado de 20 anos vem mostrando os limites da certificação como instrumento de inclusão de produtores familiares e tradicionais a mercados. Apesar de casos de sucesso, a certificação de comunidades não tem tido ganhos de escala. Portanto, foi necessário usar outras estratégias para ter impacto em grandes territórios e populações de alta importância socioambiental, com a mesma lógica de boas práticas de produção e integração em cadeias produtivas com itens de qualidade e atributos diferenciados. O incentivo à inovação e melhoria contínua são formalmente reconhecidos e fomentados na política de avaliação e desenvolvimento de pessoas. A equipe conta com pessoas de idade e formações diferentes, visando a inovação. Há uma política de incentivo à capacitação e formação de profissionais em atividades externas, como cursos de especialização e pós-graduação.

### História pessoal

O trabalho no IMAFLORA, desde o primeiro dia em 1996, fez com que Luís tivesse contato com pessoas que o inspiraram. Colegas (Tasso Azevedo, Laura Prada e Andre de Freitas) e conselheiros do IMAFLORA (Sérgio Esteves, Marcelo Paixão e Celia Cruz), seu orientador de mestrado (Silvio Crestana) e seus pais (Luzia Alice Conejo Guedes Pinto e Luís Carlos Guedes Pinto) foram exemplo disso. No início, pensava-se que o IMAFLORA deveria se dividir em duas organizações – uma faria serviços de certificação e a outra, as atividades consideradas tradicionais de uma ONG. Frente a isto, Luís liderou uma profunda avaliação sobre o assunto que envolveu uma pesquisa sobre prestação de serviços e empreendedorismo social em ONGs, entrevistas com outras organizações e especialistas e uma consultoria jurídica de alto nível. A conclusão foi que a prestação de serviços cabe em uma ONG, desde que alinhado com a missão, tratado com transparência e com os eventuais superávits financeiros investidos na própria organização. "A educação proporcionada pelos meus pais foi fundamental para eu ter uma ampla visão do mundo, sensibilidade para as questões sociais e ambientais e querer fazer parte da transformação para um mundo melhor", destaca Luís.

### Endereço

Estrada Chico Mendes, 185  
Piracicaba - SP  
Telefone: (19) 34290800  
E-mail: [imaflora@imaflora.org](mailto:imaflora@imaflora.org)  
Site: [www.imaflora.org](http://www.imaflora.org)



# Prêmio UBS ao Empreendedor Social – Finalista



**Nome do Finalista:** Mariza Maria de Jesus Vieira Soares

**Organização:** Instituto Empreender

**Tema:** Atua no Brasil com ações de qualificação socioprofissional e inserção produtiva de jovens, comprometendo-se com questões ligadas à cultura, sustentabilidade e inclusão.

**Lugar de atuação:** Samambaia - DF

## Problema que aborda

Somente 52% de jovens entre 16 e 29 anos trabalham ou estudam e 48% estão desocupados - ou seja, nem estudam, nem trabalham. Isso representa um desperdício de força de trabalho. O desemprego é ainda um dos grandes problemas sociais encontrados no Brasil. Os estudiosos e profissionais da área apontam como principais fatores para o alto índice de desemprego a ausência de qualificação adequada para atender às demandas do mercado, a ausência de informação e preparação para buscar uma vaga ou para iniciar um empreendimento, a má qualificação e, por último, a incapacidade do mercado formal em absorver a oferta crescente de mão de obra.

## Modelo de intervenção

Utilizando a metodologia Enter Jovem Plus, desenvolvida pelo Instituto Empreender e que foi reconhecida pelo Ministério da Educação como uma Tecnologia Educacional, o Empreender coloca em prática projetos de qualificação socioprofissional para jovens em escolas públicas do Rio de Janeiro e de Pernambuco. A formação é composta por 200 horas-aula no contraturno escolar, abordando temas como empregabilidade, cidadania, direitos humanos, empreendedorismo, educação ambiental, cultura e economia criativa. Os jovens alunos são expostos a atividades teóricas e práticas, por meio de oficinas de cultura com visitação a espaços culturais, oficinas de educação financeira, visitas a empresas para conhecer as carreiras existentes e trocar experiência com profissionais dos diversos setores da economia.

## Impacto Social

O impacto social das ações do Empreender pode ser observado pelo número de escolas atendidas ao longo dos últimos 8 anos, data em que a atuação nas escolas teve início. Já são mais de 200 escolas, nos estados de Pernambuco, Rio de Janeiro, Ceará e Distrito Federal. Desde 2013, a metodologia tem sido utilizada pelos professores de Pernambuco para a disciplina Empreendedorismo, beneficiando cerca de 40 mil alunos por ano.

## Dimensão econômico-financeira

Para alavancar a ação de empregabilidade, o Instituto conta com uma equipe de captadores de vagas; está com a Agência de Emprego Jovem ([www.agenciadeempregojuvem.org](http://www.agenciadeempregojuvem.org)) no ar; tem parceria de sites de vagas e empresas contratantes, o que proporciona uma maior receita para a organização.

### Potencial crescimento

O Empreender está atento aos anseios da Geração Y, uma geração que está em busca de aprender, ter flexibilidade, encontrar propósito no que faz e que preza os desafios e a colaboração. Para dialogar com essa geração, o Empreender tem investido em tecnologia e vem desenvolvendo uma plataforma de intermediação de oportunidades.

### História pessoal

Mariza é formada, pós graduada na FGV com bolsa integral; e mestrado na UFPE. Depois de trabalhar por 10 anos no IICA (Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura), assumiu uma Diretoria na Presidência da República, no Programa Comunidade Solidária; conheceu projetos sociais e entendeu que seria a maneira de realizar o seu sonho. Deixou o cargo de diretora para empreender na área social e criou o Enter Jovem em 2003, com oportunidades de inserção social para mais de 20 mil jovens. Em 2012 assumiu a Presidência do Instituto e, em menos de três anos, conseguiu avançar em várias áreas. "Temos todas as contas auditadas; planejamento estratégico; mapa de competências; plano de ação por área; e um pequeno fundo de reserva. Além disso, realizo meu sonho a cada dia ao ver e ouvir os depoimentos dos jovens, contando suas histórias de superação e sucesso. "

### Endereço

ADE Conjunto 3, Lote 32/33  
Samambaia - DF  
Telefone: (61) 32261084  
E-mail: projeto@institutoempreender.org  
Site: www.institutoempreender.org



# Contatos das instituições

**UBS Philantropy and Sustainable Investing**

Kai Grunauer Brchetti  
Director  
Campos Elíseos No. 345  
Piso 19  
Col. Polanco  
México, D.F. 11560  
México  
Tel.: 52-55-5282 7767  
E-mail: kai.grunauer-brchetti@ubs.com  
www.ubs.com/philanthropy

**UBS Brasil**

Av. Brig. Faria Lima, 4.440 – 10º andar  
Itaim Bibi – São Paulo – SP  
Brasil  
Tel.: +55-11-2767 6500  
www.ubs.com/brasil

**Ashoka**

Claudia Duran  
Diretora Ashoka Brasil  
São Paulo – SP. Av. Brig. Faria Lima, 2355 – conjunto 410  
São Paulo -SP  
Brasil  
Tel.: +55-11-3085 9190  
E-mail: cduran@ashoka.org  
www.ashoka.org.br



