

IMPACTO SOCIAL

Criadas para a mudança

CLAUDIA NUNES
claudia.nunes@diario.com.br

Brincadeira que mede o desempenho

A Xmile Learning é exemplo de um negócio criado para dar lucro sem que isso diminua seu impacto social. Aberta em janeiro deste ano, 25 funcionários contribuem para um programa de computador, em formato de jogo, teste o aprendizado de crianças entre seis e oito anos sobre os conteúdos de Português, Matemática e Ciências da Terra. Apesar de estar em fase piloto, o programa é testado em sete escolas do país, uma delas em Criciúma. Sócio da empresa, Nicolas Peluffo conta que

R\$ 2 milhões foram investidos até agora no projeto. A previsão é que em 2015 o negócio passe a dar lucro.

— Queríamos criar algo desafiador, o que implica em riscos e investimentos, então era preciso que o negócio fosse rentável. O mais importante era desenvolver algo que contribuisse para a sociedade.

Floianópolis foi escolhida para ser a sede da empresa pela facilidade em encontrar mão de obra especializada em soluções tecnológicas. Uma vez instalados nos computadores ou tablets das escolas, os alunos brincam com o jogo e cada escolha feita por eles gera um relatório que aponta as maiores dificuldades — os apertões — da criança. Para os diretores, dá a possibilidade de analisar a qualidade dos profissionais contratados para dar aulas a partir do desempenho dos alunos.

Das escolas participantes na fase piloto, apenas uma é pública. Peluffo explica que a parceria com escolas particulares é mais fácil e o feedback, mais rápido. Porém, a intenção é começar a procurar as escolas públicas no futuro, já que 88% do mercado de educação está nesta categoria.

Empresas que têm como objetivo contribuir para a sociedade podem, sim, ter lucro. Aos poucos, o conceito de negócio social é difundido no país, principalmente por meio de entidades que recrutam as empresas e as capacitam para sobreviver no mercado. Em Santa Catarina, eventos como o Social Good Brasil Lab ajudam a viabilizar as ideias sociais para que elas se tornem negócios lucrativos, sem deixar de beneficiar o desenvolvimento do país. E tem um porção de pessoas dispostas a abrir empresas nas áreas de educação, saúde e desenvolvimento regional — e, por que não, ganhar com isto.



Nicolas Peluffo investiu R\$ 2 milhões no negócio



Suzeli e Rodrigo, do Plante Pra Mim: plantação mais perto do consumidor

Agricultores mais próximos

A engenheira agrônoma Suzeli Simon sabia da dificuldade dos agricultores catarinenses em comercializar seus produtos. Com a ajuda do sócio Rodrigo Copetti, há três meses usou a tecnologia para aproximar os produtores de orgânicos da Grande Florianópolis dos consumidores da região.

Ainda em teste, o site *Plante Pra Mim* possui cerca de 80 pessoas cadastradas para, a partir de 2014, conhecer e comprar alimentos de mais de 10 produtores interessados na ideia. No site, o consumidor tem acesso a um mapa com a localização dos agricultores participantes. Além de saber quais os alimentos oferecidos por ele, o cliente também pode conhecer a sua história.

A participação de consumidores e agricultores no site será gratuita e o lucro da empresa virá de um percentual cobrado pelas vendas dos alimentos.

— A intenção é que o cliente consuma alimentos vindos das plantações mais próximas de onde mora, e que inclusive visite a propriedade do agricultor — diz Copetti.

Refeições controladas pelo computador

Em poucos minutos, Thiago Marques lista uma série de dados sobre o problema da obesidade no mundo: mais da metade da população brasileira está acima do peso.

O Sistema Único de Saúde gasta mais de R\$ 3,5 bilhões por ano para tratar os sintomas de obesidade, a quinta causa de mortes no mundo. As informações pesquisadas por Marques, formado em Sistemas da Informação, o embasou para, junto com os sócios André e Matheus Marques, desenvolver uma plataforma

que conecte o tempo inteiro o paciente e seu nutricionista — e de quebra elimine as folhas de papel utilizadas para o diário das refeições.

A ideia foi transformada em negócio há três meses quando 170 pacientes e 30 nutricionistas foram questionados sobre a viabilidade de colocá-la no mercado. Com o feedback positivo, a plataforma Mais Saúde, da empresa 2glevel, deve ser lançada comercialmente no ano que vem.

Mais Saúde quer aproximar nutricionistas e clientes

Marques explica que tudo o que o paciente consome pode ser fotografado e enviado para a plataforma em tempo real. Aos poucos, o profissional tem acesso a uma linha do tempo com os hábitos alimentares do seu cliente.

— Como os nutricionistas sofrem com o evasão dos clientes, a plataforma é uma possibilidade de fidelização.

O negócio mal começou, mas os planos dos empreendedores estão bem avançados. No futuro, eles pretendem criar um sistema de pontuação dos pacientes que usam a plataforma, para incentivar a dieta correta. Eles poderão, também, fazer parte de uma rede social que reunirá todos os usuários do Mais Saúde.