

A partir da leitura dos textos motivadores e com base nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija texto dissertativo-argumentativo em norma padrão da língua portuguesa sobre o tema **Empreender em Prol do Social** apresentando proposta de intervenção, que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relacione, de forma coerente e coesa, argumentos e fatos para defesa de seu ponto de vista.

Texto I

Empreendedorismo social: conheça os negócios que mudam o mundo

Com a proposta de diminuir os problemas do planeta por meio de ideias criativas e rentáveis, os negócios sociais veem ganhando força nos últimos anos. As empresas de impacto social positivo são aquelas que desempenham um papel de catalisador na construção de uma sociedade mais justa e igual. Segundo a consultoria Monitor Institute, de 2012 até o início da próxima década, serão investidos mais de 500 bilhões de dólares em negócios sociais de todas as partes do mundo.

Sem deixar de lado as boas práticas de gestão, vendas e marketing dos negócios já consagrados, essas empresas se propõem a fazer o bem enquanto ganham dinheiro. Para isso, é preciso deixar o tradicionalismo de lado, repensar processos e partir para a inovação.

É o caso da TOMS, marca de sapatos americana que tem um modelo de negócio diferente do tradicional. A cada par de sapatos vendidos, a empresa doa um segundo par para pessoas carentes. Mais de 45 milhões de sapatos foram destinados para calçar os pés de crianças em necessidade.

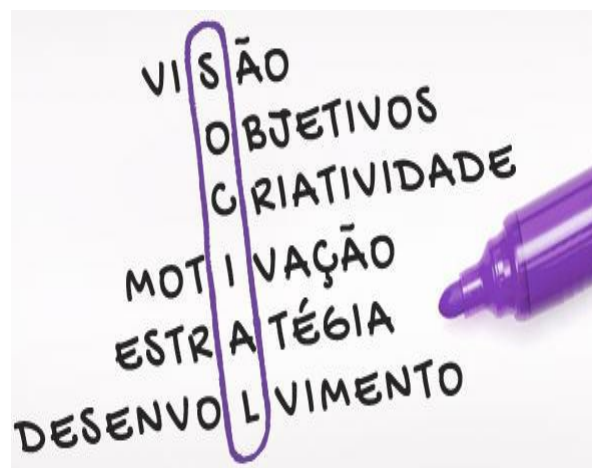
Texto II

Empreendedorismo social gera lucro e desenvolvimento

Empreendedorismo social é um termo que significa um negócio lucrativo e que ao mesmo tempo traz desenvolvimento para a sociedade. As empresas sociais, diferentes das ONGs ou de empresas comuns, utilizam mecanismos de mercado para, por meio da sua atividade principal, buscar soluções de problemas sociais.

Os negócios sociais integram a lógica dos diferentes setores econômicos e oferecem produtos e serviços de qualidade à população excluída do mercado tradicional, ajudando a combater a pobreza e diminuir a desigualdade. Inclusão social, geração de renda e qualidade de vida são os objetivos principais dos negócios sociais, que também são economicamente rentáveis.

Texto III



Texto IV

Um novo modelo para projetos públicos

Embora o empreendedorismo social tenha começado notadamente na esfera privada sem fins lucrativos, exemplos contundentes podem ser agora encontrados no âmbito dos governos. Um exemplo disso é a Unique Identification Authority of India.

Nandan Nilekani, o presidente fundador da Uidai, era um dos CEOs mais bem-sucedidos na Índia. Após ter se aposentado da Infosys, gigante da TI que havia ajudado a ensejar a revolução da tecnologia da Índia, escreveu o livro *"Imagining India"*, um best-seller sobre política pública. Uma de suas ideias era fornecer a cada um dos 1,2 bilhão de cidadãos indianos um registro identificador à prova de fraudes. Naquele momento, cerca de 400 milhões de indianos não tinham qualquer tipo de identificação, o que os impossibilitava dirigir, votar, trabalhar legalmente ou ter acesso a serviços do governo. Não podiam abrir uma conta em banco ou solicitar empréstimos.

Em 2009 o primeiro-ministro Manmohan Singh pediu a Nilekani que liderasse a recém-criada Uidai, com a missão de fornecer a todo cidadão que registrasse um número único de 12 dígitos vinculado ao seu padrão biométrico. O problema era o custo proibitivo de se registrarem centenas de milhões de indianos por qualquer sistema centralizador convencional.

Nilekani transformou o projeto em um empreendimento social.

A fim de minimizar custos de capital, readaptou a tecnologia existente de reconhecimento de impressões digitais e de escaneamento de retina para criar uma plataforma de registro. Para minimizar os custos variáveis, convidou outras agências e organizações para atuarem como entidades de registros, colhendo uma taxa US\$ 1 por carteira de identidade emitida. Essa medida manteve os funcionários do governo central fora do negócio dos registros e ofereceu uma oportunidade de lucro a terceiros. Como resultado, a Uidai não teve de despender fundos para o equipamento de registros nem empregar milhares de funcionários para esse fim.

Em 2014, quando Nilekani deixou a presidência da organização, mais de 600 milhões de pessoas tinham seus números de identificação emitidos a um custo para o contribuinte de apenas US\$ 1 por carteira — um valor incrivelmente baixo para um projeto desse tipo. E os agentes registradores lucraram, pois descobriram como baixar os custos por cartão bem abaixo do valor de US\$ 1 que recebiam como reembolso.