



# FHC

LEGADO PARA A JUVENTUDE  
BRASILEIRA

# AGENDA DO DIA

---

---

17h30  
18h15 Abertura

---

18h15  
18h45 Apresentação dos Cases

---

18h45  
20h00 FHC

---

20h00  
20h30 Atividade Debate sobre Temas

---

# UMA AGENDA PARA O BRASIL

---



Pauta de temas  
da juventude para  
a construção do  
Brasil do futuro

◆ Grupo 2014  
4 temas |  
AGENDA BRASIL  
DO FUTURO

◆ Grupo 2016  
NOVOS temas  
BRASIL



Pauta de temas  
da juventude para  
o posicionamento  
do Brasil frente  
ao Mundo

◆ Grupo 2016  
Levantar e indicar  
as pautas  
GLOBAIS para  
debate.



Pauta de temas  
da juventude para  
a política  
econômica  
nacional de longo  
prazo

◆ Grupo 2016  
Levantar e indicar  
as pautas  
econômicas

# UMA AGENDA PARA O BRASIL

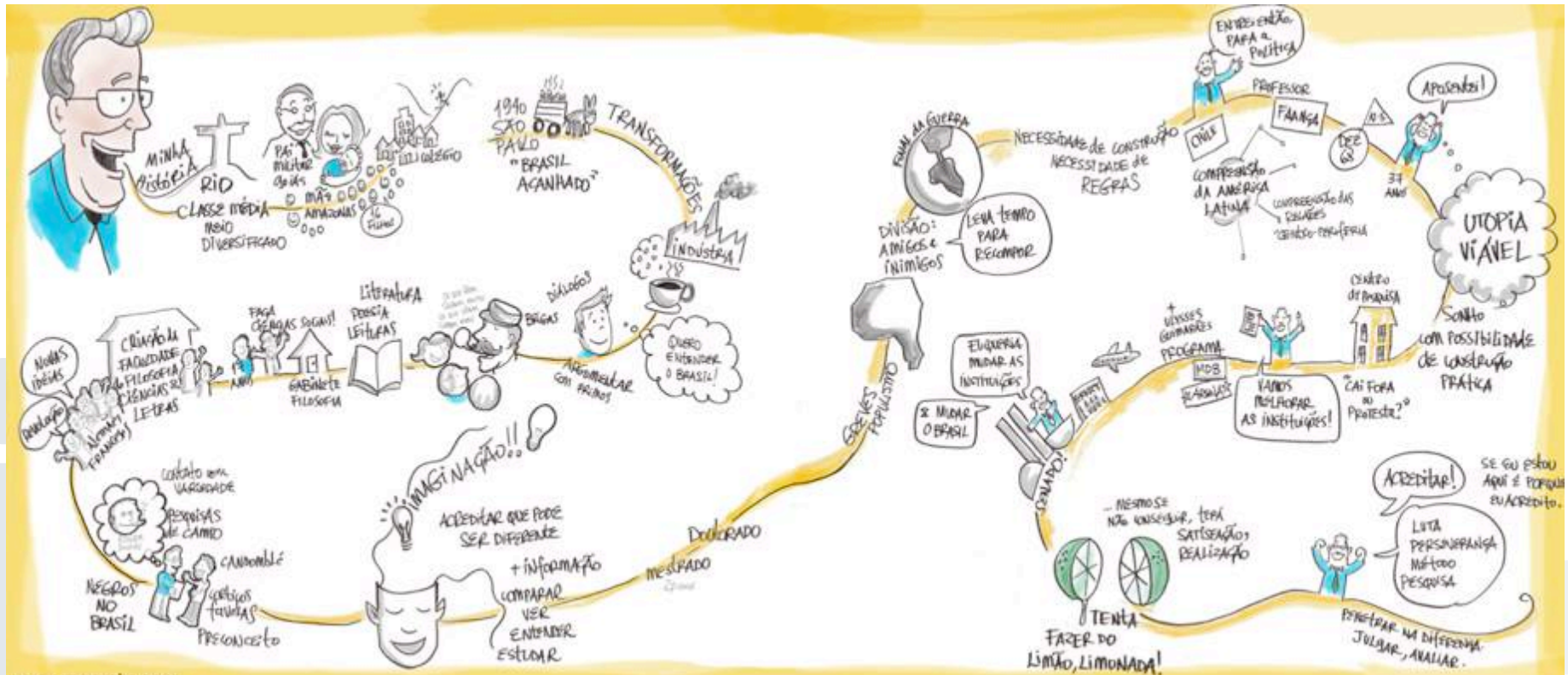
---



Pauta de temas da juventude para  
a construção do Brasil do futuro

◆ Grupo 2016 NOVOS  
temas para BRASIL

# E1 | FHC



# E2 | SÉCULO XXI



**MUNDO  
GLOBALIZADO**

**MUNDO DIGITAL**

**SOCIEDADE  
DO  
CONSUMO**

**MUNDO  
URBANIZADO**

**SOCIEDADE  
DA  
INFORMAÇÃO**

M1

# E3 | PATRIMÔNIO NACIONAL



# E3 | PATRIMÔNIO NACIONAL

## EDUCAÇÃO

- VALORES E PRINCÍPIOS X EDUCAÇÃO FORMAL
- COMO APROXIMAR A QUALIDADE DA EDUCAÇÃO PÚBLICA E PRIVADA?
- EDUCAÇÃO DE QUALIDADE

## SUSTENTABILIDADE

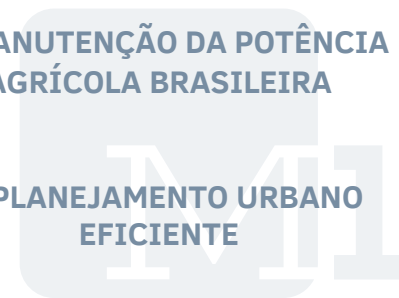
- VALORIZAÇÃO DA NOSSA BIODIVERSIDADE
- SUSTENTABILIDADE

## PERTENCIMENTO

- COMO TER UMA INTERCONEXÃO DENTRO DO PAÍS?
- QUAIS VALORES NOS REPRESENTAM?
- COMO SAIR DA INÉRCIA DO MEDO DA AÇÃO?
- DISTANCIAMENTO DA POPULAÇÃO E DO PODER PÚBLICO

## DESENVOLVIMENTO

- PROTECIONISMO X LIVRE MERCADO
- ESTIMULAR A PESQUISA, DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO
- MANUTENÇÃO DA POTÊNCIA AGRÍCOLA BRASILEIRA
- PLANEJAMENTO URBANO EFICIENTE







A G E N D A

---

# BRASIL DO FUTURO

PROJETOS

# PARA 2016



## PATRIMÔNIO NACIONAL

### PERTENCIMENTO

Cuidados com as nossas riquezas



SELO “ESCOLA CIDADÃ”

## IMPACTO SOCIAL

### MINDSET DE AVALIAÇÃO

Cultura de inovação



PLATAFORMA DE AVALIAÇÃO DE IMPACTO SOCIAL

## POLÍTICA

### EDUCAÇÃO POLÍTICA

Participação cidadã



PESQUISA “O BOM POLÍTICO”

## ESTADO

### GESTÃO DE PESSOAS

Mudanças estruturais



ADVOCACY CARGOS COMISSIONADOS

# IMPACTO SOCIAL

PROPOSTA



# MENSAGEM



1

**BRASILEIROS** -  
cidadãos plenos

2

conhecedores e capazes  
de **TRANSFORMAR** o seu  
potencial em riqueza

3

**SOCIEDADE  
EMPREENDEDORA** - que  
valoriza o trabalho e  
mérito

4

com **MINDSET** de  
desenvolvimento social  
sabendo que todos  
precisam evoluir e  
caminhar juntos

5

com Estado **ESTRATÉGICO**  
inteligente e conectado ao  
século XXI levados por  
pessoas extraordinárias

6

Estado descentralizado  
que permita que a  
sociedade empreenda  
em torno das  
**NECESSIDADES**  
do país.

7

sociedade  
**PARTICIPATIVA**  
com pessoas  
preparadas para  
atuar em todos os  
seus cantos

8

**AMBIENTE POLÍTICO**  
saudável e que permita  
à pessoas incríveis a  
participarem em todas  
as suas frentes

9

**LIBERDADE** e  
respeito à vida em  
sociedade

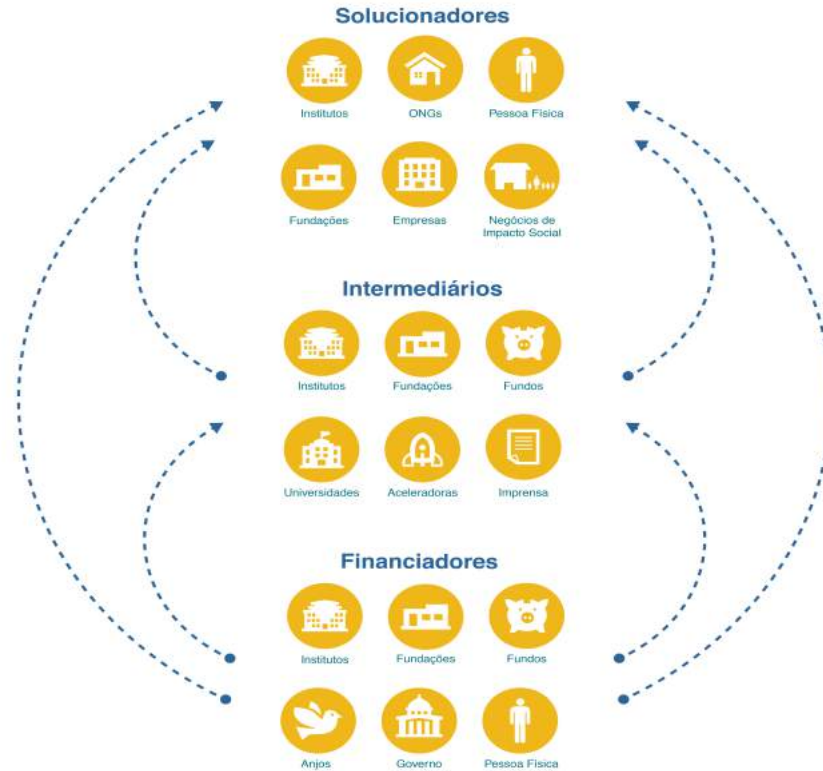
10

saber fazer a  
**TRANSIÇÃO** entre as  
gerações

# ecossistema de impacto social



**ECOSSISTEMAS**



RÉGUA DO GRUPO

MINDSET  
CULTURA DE INOVAÇÃO

# IMPACTO SOCIAL

---



## VISÃO

100% dos brasileiros vivendo uma vida digna.

Um setor privado conectado com os problemas reais da população e que ofereça soluções que, de fato, melhorem a qualidade de vida, cuidem do patrimônio nacional e sejam acessíveis para todos.

Uma sociedade civil forte e conectada atuando nos principais gaps do país e trazendo inovações para estado e setor privado de forma consistente .

## RESULTADOS ESPERADOS A LONGO PRAZO

Um nova cultura empreendedora que vise não só o lucro mas o impacto social positivo na sociedade não apenas como uma externalidade mas como razão de ser da própria organização/negócio.

Mudança dos parâmetros de sucesso da atividade empreendedora. Em que uma empresa/organização social deve ser avaliada em termos de impacto social, ambiental e financeiro.

IMPACTO SOCIAL

# PONTOS DE ATUAÇÃO



## MINDSET EMPREENDEDOR

- Reunir e definir os parâmetros e diretrizes de **MENSURAÇÃO DE IMPACTO SOCIAL** para que empreendedores, empreendedores sociais, investidores, filantropos possam mensurar o impacto social de suas ações e investimentos de forma simples, eficaz e com custo acessível.
- Estimular inovações que facilitem a mensuração de impacto social não só de empreendimentos mas também de políticas públicas para empreendedores, investidores, governo .

## CULTURA DE INOVAÇÃO PARA SOLUÇÃO DE PROBLEMAS SOCIAIS

- Articular iniciativas já existentes que ajudem a criar uma nova geração de empreendedores conectados com as demandas reais do nosso país
- Fortalecer o ecossistema de negócios de impacto social por meio de ações de advocacy e influencia.

IMPACTO SOCIAL

# FOCO ESCOLHIDO PARA 2016



## MINDSET EMPREENDEDOR

- Reunir e definir os parâmetros e diretrizes de **MENSURAÇÃO DE IMPACTO SOCIAL** para que empreendedores, empreendedores sociais, investidores, filantropos possam mensurar o impacto social de suas ações e investimentos de forma simples, eficaz e com custo acessível.
- Estimular inovações que facilitem a mensuração de impacto social não só de empreendimentos mas também de políticas públicas para empreendedores, investidores, governo .

## CULTURA DE INOVAÇÃO PARA SOLUÇÃO DE PROBLEMAS SOCIAIS

- Articular iniciativas já existentes que ajudem a criar uma nova geração de empreendedores conectados com as demandas reais do nosso país
- Fortalecer o ecossistema de negócios de impacto social por meio de ações de advocacy e influencia.



IMPACTO SOCIAL

# AÇÕES PARA 2016



**REUNIR E DEFINIR  
PARÂMETROS E  
DIRETRIZES PARA  
MENSURAÇÃO DE  
IMPACTO SOCIAL**

- Contratar especialista em gestão de conhecimento para fazer um levantamento do que já existe sobre o tema.
- Formar um grupo de trabalho sobre o tema, composto por participantes da ABF, especialistas e mentores.
- Desenvolver conteúdos e metodologias práticas, e-books e toolkits que podem ser facilmente utilizados e incorporados por organizações principalmente nas temáticas de educação e saúde



ARTICULAR



DISSEMINAR

IMPACTO SOCIAL

# AÇÕES PARA 2016



REUNIR E DEFINIR  
PARÂMETROS E  
DIRETRIZES PARA  
MENSURAÇÃO DE  
IMPACTO SOCIAL



**ARTICULAR**

- Estabelecer parcerias com grupos que compartilham esta agenda e com organizações que trabalham diretamente com o tema: MOV Social, ICE, GIIRS, IRIS, BID.



DISSEMINAR

IMPACTO SOCIAL

# AÇÕES PARA 2016



REUNIR E DEFINIR  
PARÂMETROS E  
DIRETRIZES PARA  
MENSURAÇÃO DE  
IMPACTO SOCIAL



ARTICULAR



**DISSEMINAR**

- **Municiar os parceiros estratégicos com conteúdos relevantes e ferramentas práticas de mensuração de impacto social.**



SONHOS POSSÍVEIS E IDEIAS  
DE TRANSFORMAÇÃO

ENCONTRO 4

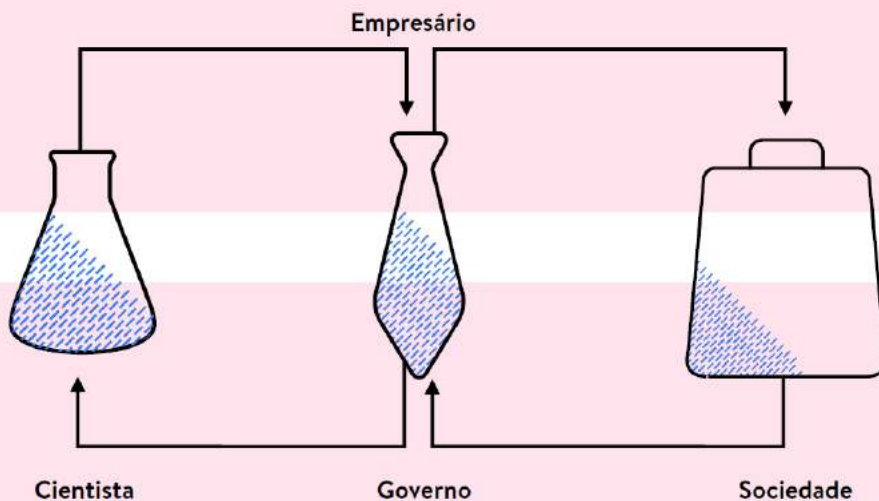
# ECONOMIA DO SÉCULO XXI

O papel da Inovação no  
Desenvolvimento do Brasil



# ECONOMIA DO SÉCULO XXI

Como se constituiu a cadeia de Inovação até hoje



# People are already connecting to move the economy



**WHERE ARE THE COMPANIES IN THIS TRANSITION?**



# INOVAÇÕES

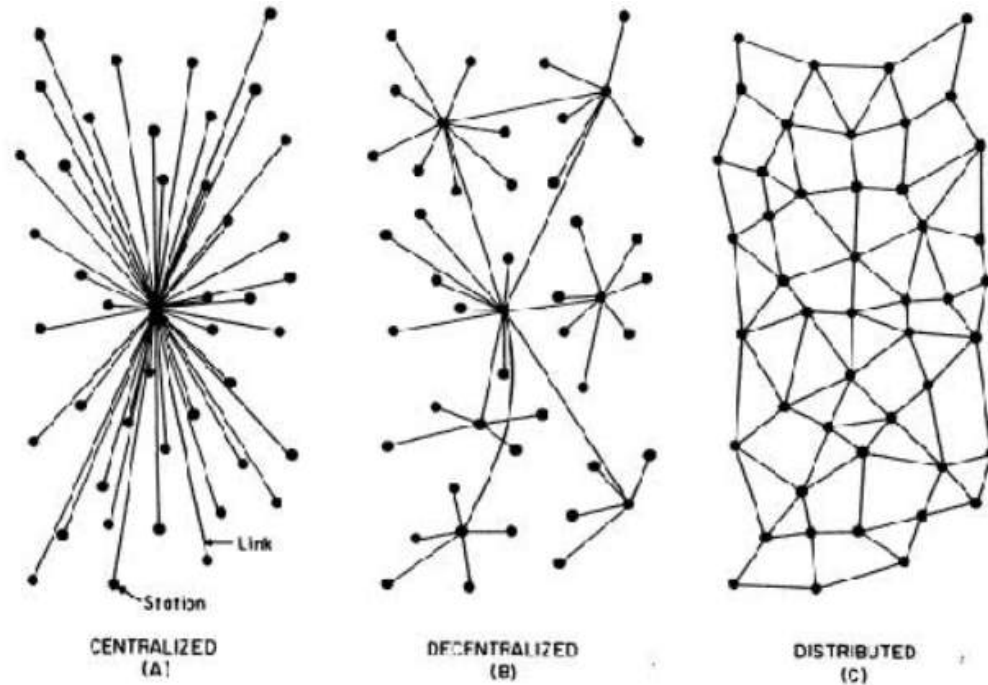


FIG. 1 - Centralized, Decentralized and Distributed Networks

# INOVAÇÕES

---





**Sistema B Brasil**

---

Sistema



100 FASTEST-GROWING COMPANIES 2015 P. 97

# FORTUNE

ISSUE: SEPTEMBER 1, 2015

FORTUNE.COM

OUR FIRST EVER

# CHANGE

# THE



NIKE, CISCO,  
MASTERCARD,  
SABMILLER,  
VODAFONE,  
GOOGLE—  
AND 45 OTHER  
COMPANIES THAT  
ARE DOING WELL  
BY DOING GOOD.

By Erika Fry

P. 97

# WORLD

LIST

+

WHOLE FOODS' EVANGELIST FOR CAPITALISM *By Beth Kowitt*

P. 76

A BILLIONAIRE TAKES ON THE WEALTH GAP *By Brian Dumaine*

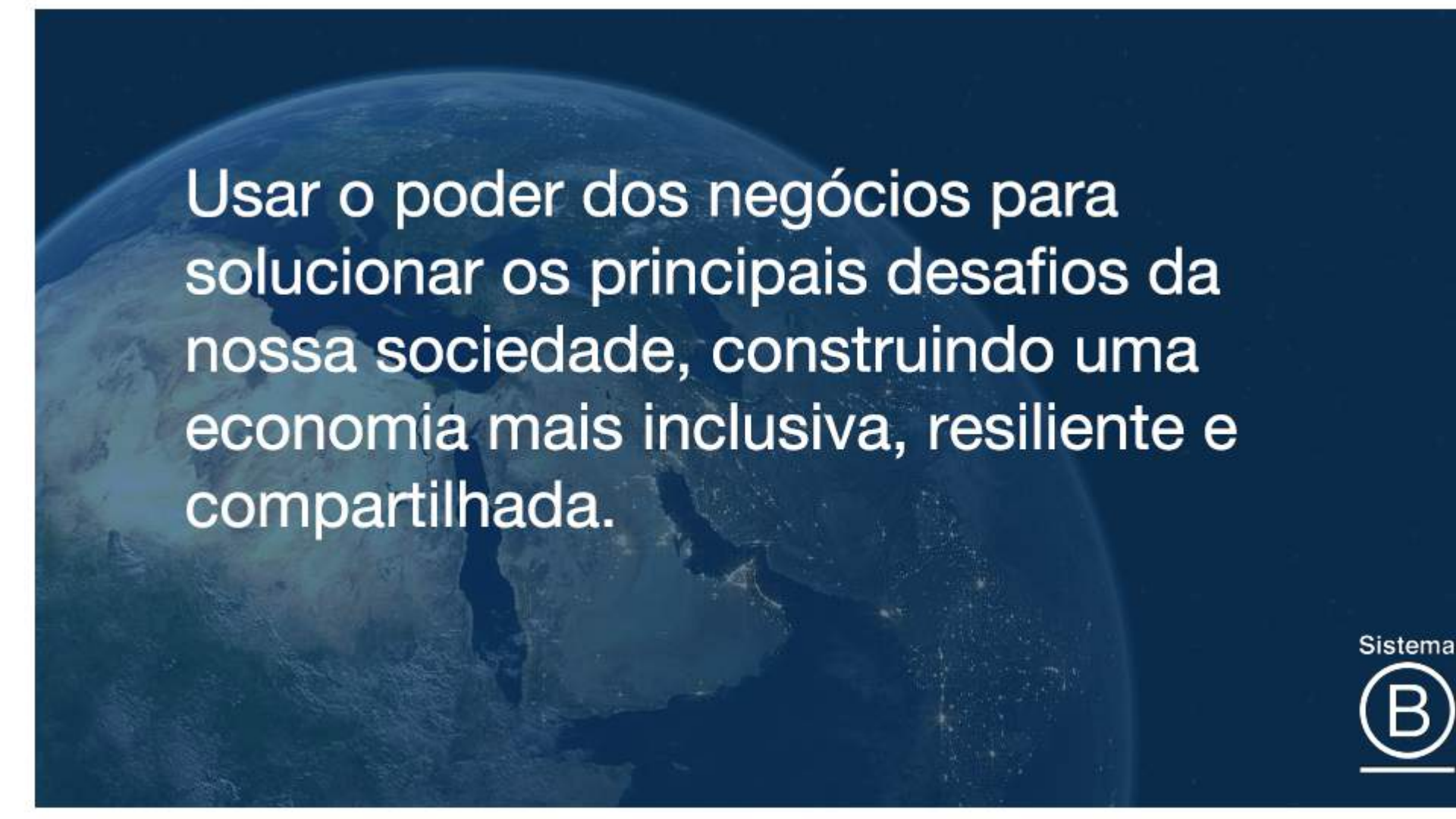
P. 88

**Sistema B Brasil**

---

Sistema





Usar o poder dos negócios para solucionar os principais desafios da nossa sociedade, construindo uma economia mais inclusiva, resiliente e compartilhada.

Sistema



## Spectrum of Organizations: From Charities to Traditional Businesses



Imagen 3.  
Learning from the B(enefit) Corp Assessment. Masson, 2012



**20th Century**  
Shareholder  
Value



**21st Century**  
Stakeholder  
Value

# Nossa história

2006 -2011

B Corp Movement (USA - Canadá)



+400\* Empresas B  
em 3 países

2012

Sistema B (América Latina)



+500\* Empresas B  
em 6 países

2013

Lançamento  
Sistema B Brasil

CDI | organização que  
fundou o Sistema B em  
2013



2016

Expansão Movimento B  
continental, Reino Unido, P  
e África Lusófona e Aust



+1800\* Empresas  
En 50 países



**B**  
**Lab**

**B**

**Lab**  
United  
Kingdom

**B**

**Lab**  
Europe

Sistema  
**B**

**B**  
L  
Au  
Ne

*Impulsionar um movimento global de pessoas que utilizam os negócios para a construção de uma nova economia.*





## Oferta de uma alternativa viável, prática e escalável

### Passo 1

Fortalecer centenas de líderes de negócios - Empresas B / B Corps

### Início

Infraestrutura e ferramentas

### Passo 2

Criar ferramentas para tornar mais fácil para milhões de outros negócios fazerem parte do movimento.

### Passo 3

Inspirar bilhões de consumidores, trabalhadores, investidores entre outros no fortalecimento das Empresas B.

Economia resiliente  
inclusiva  
compartilhada

# Measure What Matters

Your company's social and environmental impact.

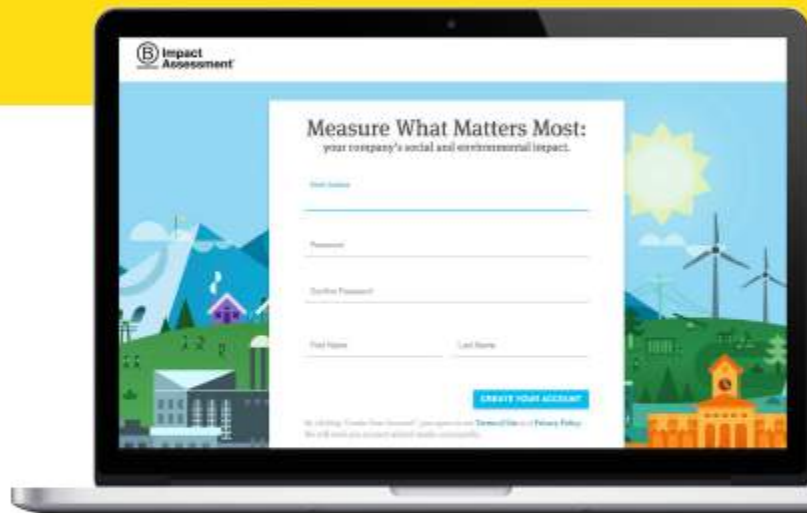
[Get Started](#)

A vibrant, stylized illustration of a landscape. In the background, there are blue mountains with white snow patches and yellow flags on their peaks. A large, bright yellow sun is in the upper right corner. In the middle ground, there's a town with purple buildings and a purple car. To the right, a white wind turbine stands on a green hill. The foreground shows green rolling hills with small figures of people walking, a street lamp, and a small orange house on the right. The overall style is flat and modern.

# Avaliação de Impacto B

**Avaliação de Impacto B** é uma medida holística do impacto de uma empresa.

- Focada em uma performance positiva
- Adaptado com base em número de empregados, o setor, e geografia
- Com base na escala de 200 pontos
- Disponível em Inglês, Espanhol e Português



[www.bimpactassessment.net](http://www.bimpactassessment.net)

A Avaliação de Impacto B é usada por mais de **40.000** empresas globalmente



### Governança

Missão e engajamento

Governança

Ética

Transparência

Proteção da Missão



### Trabalhadores

Salários

Benefícios

Treinamento e educação

Flexibilidade

Participação societária



### Comunidade

Criação de emprego

Diversidade

Engajamento Cívico

Local

Fornecedores e distribuidores

Desenvolvimento da força de trabalho

Desenvolvimento da cadeia

Micro-Franquias



### Meio Ambiente

Instalações

Input

Outputs

Trans, Dist, & forn

Energias Renováveis

Preservação da Terra

Redução de Tóxicos

Educação ambiental



### Clientes

Saúde

Serviços básicos

Educação

Arte, mídia e cultura

Empoderamento econômico

Serviços aos mais necessitados

## Avaliação de Impacto B

é uma medida integrada do impacto de uma empresa.

**200 pontos disponíveis**

140 Operacionais/ Práticas

60 a 90\* Modelos de negócio de Impacto (MNI)

	Governança	Trabalhadores	Comunidade	Meio Ambiente	Clientes	Total
Operações	10	40	45	45	N/A	<b>140</b>
MNI	<10	<30	<60	<60	<60	<b>60 a 90</b>

[www.bimpactassessment.net](http://www.bimpactassessment.net)

**Pontuação Média : 55**

**Empresa B: 80**

**Melhores : 120+**





---

**1800**

Empresas B  
Certificadas

**50**

Países

**130**

Indústrias

**1**

Missão única

---

## Identificar e construir uma comunidade de líderes da nova economia

Comunidade global de Empresas B certificadas que atendem aos mais altos padrões de gestão, governança, performance social e ambiental e transparência.

*"B Corp is one of 20 Moments That Mattered Over the Last 20 Years"*

*"Be Like a B Corp is one of 5 Business Trends to Master in 2016"*

FASTCOMPANY

FORTUNE





Brought to you by  
the community of

Certified



Corporations

COMFORT  
FOOD

FORCE  
FOR  
GOOD

Board independente que  
protege a missão  
socioambiental da  
Empresa (Unilever)

5% do lucro operacional é  
investido em produtores  
locais pequenos





Sua missão é a de aplicar um modelo econômico baseado na regeneração da Mata Atlântica

>50% funcionários com participação na empresa

100% da erva mate orgânica





method.

80% dos produtos são Certificados Cradle to Cradle

Todas embalagens são feitas de plástico 100% reciclado

Funcionários recebem 40% > do que o salário mínimo da categoria

+ de 80% dos funcionários satisfeitos

DIRT  
ERASER

CHANGE  
MAKER



Brought to you by  
the community of  
**Certified**  
**(B)**  
Corporations®

**BRAVING**  
.....the.....  
**OUTDOORS**

**SAVING**  
**(THE)**  
**OUTDOORS**



**DON'T BUY THIS JACKET**



**patagonia**

100% do algodão das roupas é orgânico desde 1996  
25.000 reparos de roupas em 2013



It's Black Friday. The day in the year most folks turn out to shop and party to make new memories. But Black Friday, and the culture of consumption it reflects, could be a strategy of failed systems that support all the things in the world, including the resources that provide a high-quality life for all people.

Because Patagonia wants to build a sustainable planet, we want to be the opposite of your Black Friday. We'll give you our best gear and we'll offer better prices to a select group of people who are doing good.

Environmentally friendly gear is not the only thing that matters. It's also about the people who make it. That's why we're giving you our best gear and we'll offer better prices to a select group of people who are doing good.

The environmental cost of everything we make is astronomical. That's why we've been working on it for 30 years. We've been working on it for 30 years. We've been working on it for 30 years.

**REDUCE**  
We're giving you our best gear and we'll offer better prices to a select group of people who are doing good.

**REPAIR**  
We'll help you make your Patagonia gear last longer.

**REUSE**  
We'll help you make your Patagonia gear last longer.

**RECYCLE**  
We'll help you make your Patagonia gear last longer.

**REIMAGINE**  
We'll help you make your Patagonia gear last longer.

**patagonia**  
www.patagonia.com

**Obrigada!**

---

**[ana@sistemab.org](mailto:ana@sistemab.org) | [camila@sistemab.org](mailto:camila@sistemab.org)**

**Sistema**





**TRIBANCO**  
Sistema Integrado Martins

**Aparecida Teixeira de Morais**

Diretora de Recursos Humanos do Banco Triângulo (Tribanco)

O Tribanco nasceu pra ser um banco diferente





**O Tribanco nasceu** para ajudar o varejo brasileiro a crescer



# ABRANGÊNCIA NACIONAL

DE NORTE A SUL, DE LESTE A OESTE

## Cobertura

- > **100%** dos estados brasileiros
- > **3.335** dos Municípios

## Atendimento presencial

- > Nossa equipe na loja do cliente
- > **394** Gerentes e assistentes comerciais

## Centrais de relacionamento e atendimento

- > **66** pessoas realizando atendimento remoto



# ABRANGÊNCIA NACIONAL

DE NORTE A SUL, DE LESTE A OESTE

## Cobertura

- > **100%** dos estados brasileiros
- > **3.335** dos Municípios

## Atendimento presencial

- > Nossa equipe na loja do cliente
- > **394** Gerentes e assistentes comerciais

## Centrais de relacionamento e atendimento

- > **66** pessoas realizando atendimento remoto

Distribuição Equipe Comercial

45 42

# ABRANGÊNCIA NACIONAL

DE NORTE A SUL, DE LESTE A OESTE

## Cobertura

- > **100%** dos estados brasileiros
- > **3.335** dos Municípios

## Atendimento presencial

- > Nossa equipe na loja do cliente
- > **394** Gerentes e assistentes comerciais

## Centrais de relacionamento e atendimento

- > **66** pessoas realizando atendimento remoto



Distribuição Equipe Comercial

45 42 117

# ABRANGÊNCIA NACIONAL

DE NORTE A SUL, DE LESTE A OESTE

## Cobertura

- > **100%** dos estados brasileiros
- > **3.335** dos Municípios

## Atendimento presencial

- > Nossa equipe na loja do cliente
- > **394** Gerentes e assistentes comerciais

## Centrais de relacionamento e atendimento

- > **66** pessoas realizando atendimento remoto



### Distribuição Equipe Comercial

45 42 117 141

# ABRANGÊNCIA NACIONAL

DE NORTE A SUL, DE LESTE A OESTE

## Cobertura

- > **100%** dos estados brasileiros
- > **3.335** dos Municípios

## Atendimento presencial

- > Nossa equipe na loja do cliente
- > **394** Gerentes e assistentes comerciais

## Centrais de relacionamento e atendimento

- > **66** pessoas realizando atendimento remoto



### Distribuição Equipe Comercial

45 42 117 141 49

TRIBANCO HOJE

---

## Tribanco



- > **R\$ 1,52 bilhões** Operações de crédito
- > **717** Colaboradores
- > **41** Bases
- > **28.385** Clientes

## Tribanco



- > **R\$ 1,52 bilhões** Operações de crédito
- > **717** Colaboradores
- > **41** Bases
- > **28.385** Clientes

## Tricard



- > **R\$ 1.596 milhões** Faturamento
- > **111** Colaboradores
- > **9.255** Estabelecimentos credenciados
- > **1,10 milhões** Cartões Aptos



## Tribanco Seguros

> **7** Colaboradores

> **89.344** Segurados

## Tribanco Seguros

- > **7** Colaboradores
- > **89.344** Segurados

## Adquirência

- > **R\$ 2,5 bilhões** Faturamento
- > **8.669** Clientes com domicílio bancário



**EMPRESAS TRIBANCO,**  
ELO DE LIGAÇÃO EM TODA A CADEIA PRODUTIVA

ATACADO



VAREJO



**EMPRESAS TRIBANCO,**  
ELO DE LIGAÇÃO EM TODA A CADEIA PRODUTIVA

ATACADO



VAREJO



**EMPRESAS TRIBANCO,**  
ELO DE LIGAÇÃO EM TODA A CADEIA PRODUTIVA



CONSUMIDORES

ATACADO



VAREJO



INDÚSTRIA



**EMPRESAS TRIBANCO,**  
ELO DE LIGAÇÃO EM TODA A CADEIA PRODUTIVA



CONSUMIDORES



ATACADO



INDÚSTRIA



VAREJO



**EMPRESAS TRIBANCO,**  
ELO DE LIGAÇÃO EM TODA A CADEIA PRODUTIVA



CONSUMIDORES



# DESAFIOS DO VAREJO BRASILEIRO



**+ de 1 milhão de lojas** **+ de 97% de lojas pequenas e independentes**

PARA CADA AMEAÇA O SIM TEM RESPOSAS



## **IFC E TRIBANCO.**

**Parceria para desenvolver o pequeno e o médio varejo no Brasil**

A IFC – International Finance Corporation, braço financeiro do Banco Mundial para o setor privado, é acionista do Tribanco desde 2010.

Parceira nos negócios, colabora com aporte de conhecimento e melhores práticas em responsabilidade e desempenho socioambiental, contribuindo com a estratégia Tribanco de desenvolvimento do pequeno e médio varejo.



100 FASTEST-GROWING COMPANIES 2015 P. 97

# FORTUNE

ISSUE: SEPTEMBER 1, 2015

FORTUNE.COM

OUR FIRST EVER

# CHANGE

# THE



NIKE, CISCO,  
MASTERCARD,  
SABMILLER,  
VODAFONE,  
GOOGLE—  
AND 45 OTHER  
COMPANIES THAT  
ARE DOING WELL  
BY DOING GOOD.

*By Erika Fry*

P. 97

# WORLD

LIST

+ **WHOLE FOODS' EVANGELIST FOR CAPITALISM** *By Beth Kowitt*

P. 76

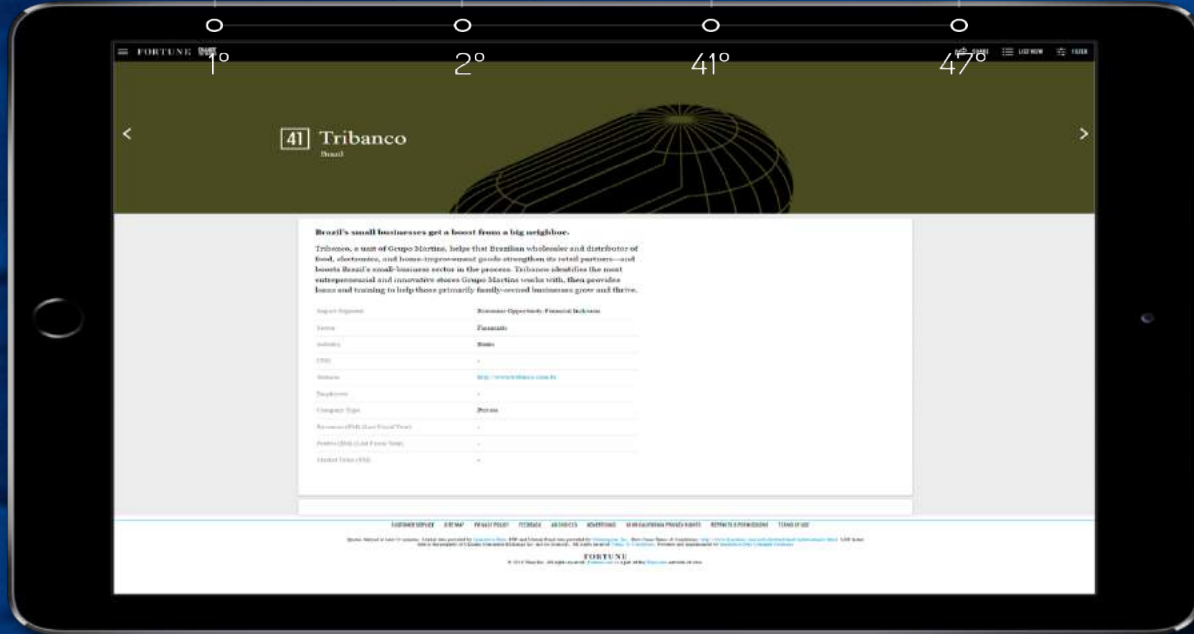
**A BILLIONAIRE TAKES ON THE WEALTH GAP** *By Brian Dumaine*

P. 88



## **Brazil's small businesses get a boost from a big neighbor.**

Tribanco, a unit of Grupo Martins, helps that Brazilian wholesaler and distributor of food, electronics, and home-improvement goods strengthen its retail partners—and boosts Brazil's small-business sector in the process. Tribanco identifies the most entrepreneurial and innovative stores Grupo Martins works with, then provides loans and training to help those primarily family-owned businesses grow and thrive.



A photograph of a smiling man in a workshop, with various tools hanging on the wall behind him. The image is overlaid with a blue tint.

## NOSSOS VALORES. NOSSAS CRENÇAS

Lealdade

Inovação

Justiça

Integridade

Disciplina

Humildade

Amor pelo  
que faz



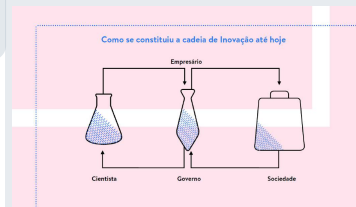
**TRIBANCO**

Sistema Integrado Martins



# ECONOMIA DO SÉCULO XXI

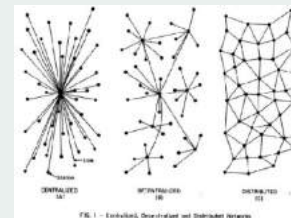
## INOVAÇÃO EMPRESARIAL



## INOVAÇÃO SOCIAL COMPORTAMENT O



## INOVAÇÕES NA POLÍTICA



**OLHAR FHC**



**COMO UM GIGANTE PODE  
LEVANTAR?**



**O Papel da Inovação no  
Desenvolvimento do Brasil**





**OBRIGADA!**

**PRÓXIMO ENCONTRO**

**26.09**