

VEDACIT - Habitação Digna

Contribuindo com as cidades do futuro

História de [Luis Fernando Guggenberger](#)

Autor: [Museu da Pessoa](#)

Publicado em 29/11/2021

Vedacit - Ano Novo, Casa Nova

Depoimento de Luis Fernando Guggenberger

São Paulo, 26/07/2021

Realização: Museu da Pessoa

Entrevista PCSH_HV1101

Entrevistado por Genivaldo Cavalcanti Filho e Grazielle Pellicel

Transcrito por Selma Paiva

Revisado por Genivaldo Cavalcanti Filho

P/1 – Boa tarde, Luis Fernando! Tudo bem?

R – Boa tarde! Tudo bem? Prazer estar aqui com vocês!

P/1 – O prazer é nosso! Eu vou começar pedindo pra você informar o seu nome completo, a sua data de nascimento e onde você nasceu.

R – O meu nome é Luis Fernando Guggenberger. Eu nasci na cidade de São Paulo, capital, no dia 20 de novembro de 1978.

P/1 – Certo. Eu gostaria que você comentasse um pouco qual é a função do Gerente Executivo de Inovação e Sustentabilidade da Vedacit.

R – Bom, basicamente a minha função como Gerente Executivo de Inovação e Sustentabilidade na Vedacit é orquestrar uma agenda do que a gente está chamando hoje, agora, de ESG - Ambiental, Social e Governança - dentro do negócio Vedacit, mas claro que tem alguns aspectos como os da governança que ficam muito mais nos órgãos de Conselho e na Secretaria de Governança na holding que controla a Vedacit, no caso, o Grupo Baumgart. Além disso, também, toda a agenda de Inovação Aberta, que é um movimento de aceleração de startups, criação de novos modelos de negócios. E, por último, também, o Instituto Vedacit, que é nosso braço de investimento social.

P/1 – O que incentivou a Vedacit a criar esse projeto Ano Novo, Casa Nova?

R – Bom, em primeiro lugar, a própria missão do Instituto Vedacit, que fala das cidades do futuro e a nossa crença que as cidades do futuro são aquelas cidades que conseguem ser mais criativas, mais inteligentes e mais sustentáveis. E quando a gente fala de cidades sustentáveis, a gente tem que olhar muito pra solução da moradia na população de baixa renda. Uma vez feito isso pelo trabalho do instituto - e a gente fez muitos e vem fazendo muitos investimentos, tanto em negócios sociais, quanto também em ONGs - um trabalho muito importante que a Vedacit começou a fazer, trilhando a sua jornada de sustentabilidade, foi encarar esse tema da moradia da população de baixa renda como um grande desafio pro próprio negócio. E a gente fixou, então, uma meta, até 2025, de contribuirmos direta ou indiretamente com a redução de 1,6 milhões de casas inadequadas em todo o Brasil.

Hoje, só pra ter uma ideia, a gente tem um volume de 24 milhões de moradias inadequadas em todo país. Só que a gente começou a debater que não adiantava nada a gente falar disso pra fora e a gente até construiu o nosso propósito, que fala de transformar a vida de milhões de brasileiros por meio da sua habitação, tornando a sua casa a nossa causa. Não bastava a gente ficar olhando pra todos esses investimentos através das ONGs e dos negócios de impacto se a gente também não garantisse com que os nossos colaboradores convivessem, pudessem, minimamente, viver numa habitação digna, pra cada um deles. Então, a gente começou a fazer esse programa, primeiro alocando no eixo do voluntariado porque, como contrapartida, o colaborador, depois que recebe a reforma, tem que executar alguma ação social em prol de alguma comunidade. A gente começou a descobrir histórias de colaboradores que tinham situações de casas inadequadas e começou a encampar também esse trabalho de reforma e melhoria das condições de habitação dos nossos colaboradores.

P/1 – No início, quando vocês começaram a discutir esse projeto, vocês tinham ideia de incluir os funcionários no projeto ou isso surgiu depois, de alguma forma?

R – Isso surgiu depois. A gente nunca tinha olhado pra essa questão dos colaboradores como primeiro grande motivador nosso. Sempre foi olhando muito pra fora dos muros da Vedacit, até o momento que a gente começou a se questionar e começou a pensar, ainda mais que a gente tem uma parte de uma força de trabalho de origem muito humilde, de morar em muitas comunidades periféricas pelo Brasil, especialmente o público de operação fabril e o pessoal que são os nossos promotores de vendas, que ficam na ponta, nas lojas, demonstrando a utilidade dos nossos produtos, cuidando da exposição dos nossos materiais nas gôndolas e conhecendo um pouco dessa realidade. A gente se deu conta de que precisava investigar como estavam as condições de moradia de muitos dos nossos colaboradores. Foi aí, então, esse motivador pra gente começar a olhar também pro público interno e não só pro público externo.

P/1 – Houve algum impacto da pandemia na execução dessas obras que vocês têm feito?

R – A pandemia impactou, sim, a execução das obras, por uma questão muito importante, por isso que eu acho que o nosso propósito foi um

grande disparador de muitas coisas, de muitas tomadas de decisões dentro da nossa organização. Quando aconteceu a pandemia, a gente tinha um orçamento muito pequeno pra testar ainda, em formato piloto, esse programa; a gente reformaria uma, duas casas, no máximo e com contrapartida, então, os colaboradores... Na prática, a gente criou um concurso, a mecânica foi essa, inicial: um concurso onde o colaborador que mais fizesse ações sociais durante um mês receberia, então, a reforma. Quando aconteceu a pandemia, nós já tínhamos os voluntários, os colaboradores já muito engajados, já realizando uma série de ações nas comunidades escolhidas pelo comitê de voluntariado da Vedacit ou eles mesmos indo atrás de ações. Ocorre que daí, com a pandemia, a gente teve que parar com essas ações sociais, em função de todo lockdown que a gente viveu ali nos primeiros dias.

A gente se deu conta, vendo tudo que estava acontecendo, do contexto do covid, essa correlação que a gente sempre observou, de [que] casa adequada é sinônimo de boa saúde. A gente tinha dados de antes da pandemia: de acordo com o SUS, a quarta maior causa de internações nos hospitais públicos eram provocadas pelas doenças respiratórias e, dessas, 36% advindas de mofo. Então, nosso primeiro insight foi: “Opa, para tudo que a gente está fazendo. Vamos procurar reformar a casa dos quatro colaboradores que estavam participando do piloto, da iniciativa, ao invés de uma só, principalmente pra gente assegurar com que essas famílias continuassem precavidas, seguras nas suas casas, sem precisar ter algum risco de ir até um posto de saúde, até um hospital público, por conta de algum ataque da doença respiratória com essas famílias.”

A gente estava chegando, ali, começando. O começo da pandemia eu me lembro que era outono, então já é um período mais propício a gente ter as doenças respiratórias ou delas se manifestarem muito mais fortemente, entrando pro inverno. Nosso primeiro olhar foi: “Vamos blindar essas famílias, pra que elas não tenham nenhum problema causado por conta da insalubridade das suas casas e, logo, elas não precisem acessar um hospital público ou um posto de saúde, correndo o risco, então, de adquirir o vírus do covid, uma vez que a gente sabe que os hospitais são dos principais pontos, focos de transmissão, em virtude dos próprios enfermos, que estavam indo até os hospitais.

Foi muito com esse olhar que a gente teve [a ideia], de garantir a segurança de todos esses colaboradores e das suas famílias. Isso tudo alterou muito o que havia sido planejado inicialmente, para o Ano Novo, Casa Nova.

P/1 – E, a partir disso, vocês receberam uma resposta de engajamento ou um feedback a respeito das reformas positivas? Como vocês conseguiram medir isso, receber essa resposta?

R – A gente, no começo, estava bastante preocupado ainda em fazer as reformas, primeiro porque a gente acaba, pelo modelo do Ano Novo, Casa Nova, fazendo contratações de negócios sociais ou apela, muitas vezes, pra organizações não governamentais, dependendo da comunidade onde o colaborador, então, reside. E existia ali também uma preocupação muito grande dos negócios sociais e das próprias ONGs em garantir que o seu público, também de trabalhadores, pudesse estar em casa, o mais preservado possível.

Baixado aquele momento de pico, do começo de todo problema da pandemia, a gente pôde retomar as conversas com os negócios sociais e tão logo conseguir, rapidamente, executar as obras. A gente não fez nenhuma medição de impacto, de uma maneira mais quantitativa e qualitativa, usando alguma metodologia pra medir impacto, nada disso, porque a gente foi muito percebendo, no diálogo constante com as famílias dos colaboradores e até mesmo com os colegas de trabalho de muitos desses colaboradores.

A gente percebeu que essas reformas, do ponto de vista organizacional, aumentou o compromisso desses colaboradores com a nossa organização e até das próprias famílias. Aquela coisa da esposa começar a brigar com o marido: “Cara, você não pode perder esse emprego de jeito nenhum, porque olha o que a empresa está fazendo por você, pela nossa família” e tudo o mais.

[Percebemos] um orgulho muito grande de pertencimento a essa empresa. Mesmo quem não foi contemplado, todos os colaboradores e especialmente a liderança da empresa, porque a gente tem um fórum mensal e a gente compartilha os resultados, a gente sempre fez questão de prestar contas de tudo que a gente vinha fazendo no Ano Novo, Casa Nova. As pessoas tendo muito orgulho de trabalhar numa empresa que tivesse essa preocupação, também com a sua população interna. Aquilo aumentou muito o índice de engajamento das pessoas junto à nossa marca, ao nosso dia a dia dentro da organização.

Claro que isso não foi sozinho. Muitas das ações que a gente fez durante a pandemia também contribuíram pra esse engajamento, mas isso certamente mexeu muito. A própria produtividade desses colaboradores também acredito que aumentou muito, esse ímpeto e essa garra em estar conosco, na nossa organização. E, claro, as famílias, né? A gente já teve depoimentos de melhoria de autoestima das famílias, muito grande. Depoimentos de situações corriqueiras, que aconteciam quando acontecia uma chuva, por exemplo; hoje elas se sentem muito mais seguras e muito mais tranquilas nas suas residências.

E [tem] um fator que, pra mim, foi preponderante: a gente sempre teve muito receio de como expor esse problema e o grau de exposição desses colaboradores. O que é mais curioso em todos eles [é que] sentem muito orgulho de compartilhar essa história de transformação que aconteceu na vida deles, não tendo nenhuma preocupação de serem taxados dentro da empresa, de sofrer algum preconceito. Aliás, o nosso ambiente é muito propício pra inclusão, porque a gente também já veio fazendo um trabalho em paralelo, na agenda Diversidade e Inclusão, que corroborou ainda mais pra esse espírito dentro da organização e hoje eles têm sido muito embaixadores, porta-vozes, pra que outras pessoas se inscrevam no programa e não tenham esse receio de serem taxados por qualquer pessoa dentro da organização, no futuro, sobre a sua condição de vida.

P/1 – Esse projeto começou no ano passado. Como você vê o desenvolvimento, o prosseguimento desse projeto nesse ano?

R – Bom, esse ano a gente segue um contínuo. Primeiro, [no] ano passado, foi um projeto piloto, super bem exitoso, mas que, na verdade, só destampou a panela de pressão que a gente não sabia que existia dentro da organização. No piloto a gente contemplou apenas os colaboradores das fábricas, pra gente poder ter, em primeiro lugar, um melhor controle dessa população que poderia participar do programa. O segundo aspecto que a gente sempre se preocupou foi de ter negócios de impacto capazes e suficientes nas regiões pelo Brasil, pra poder atender essa demanda - até porque esse é um princípio que a gente tem tido no programa, de não delegar e não contratar um profissional pedreiro pessoa física e sim contratar empresas, porque com isso você tem a garantia e a qualidade do serviço. No pior dos cenários, como a gente faz contrato com todos eles, você tem como cobrar depois algum problema de execução técnica, alguma manutenção que precisa ser feita naquela obra, naquele momento. Quando você contrata um profissional à parte, geralmente é muito mais complexo e difícil. E, além do mais, quando você contrata um negócio social, você contrata a reforma como um todo, né? Você não fica com aquele drama que a gente vive muito nas reformas nas nossas casas, que era o profissional, o tempo inteiro, te pedindo material, ele mal conseguindo planejar e você nunca saber, de fato, quanto custou a sua obra.

Esse ano a gente abriu pra toda população da Vedacit e conseguimos, então, ter mais inscrições ainda, especialmente do público da área comercial, porque a gente percebeu nos promotores de vendas uma fragilidade muito grande e uma demanda reprimida muito grande, tanto é que

a área comercial foi a área que teve o maior número de inscritos nessa edição do programa e a gente está conseguindo agora contemplar colaboradores de outros estados, não somente onde a gente tem as plantas fábri, que é Salvador; aqui no interior de São Paulo, na região de Itatiba e na zona norte da capital de São Paulo. Com isso a gente está em Campinas, está atendendo colaborador no interior do Paraná. Assim como Salvador, a gente está contemplando [esses locais].

[Isso] trouxe pra gente um desafio maior, uma discussão muito importante [que está] acontecendo hoje na direção da Vedacit e até mesmo com os próprios acionistas. A gente teve cerca de 38 inscrições válidas nesse ano, contra menos de vinte no ano passado. E a gente... Eu brinco muito com a Juliana, que é quem lidera de uma maneira magnífica esse projeto, é a menina dos olhos de ouro dela, onde ela põe uma energia muito grande, muito forte, muito importante, pro Ano Novo, Casa Nova.

A gente encontrou diferentes níveis de precariedades das residências, então, em um primeiro momento, a gente até acabou faseando o programa pra esse ano. Num primeiro momento atender aquelas casas com a pior situação, tanto em termos de segurança, quanto também de insalubridade, de impermeabilização - as nossas reformas não são estéticas e sim, estruturais. Em primeiro lugar, cuida da segurança das famílias; em segundo lugar cuida, então, do aspecto de saúde das famílias. Na segunda fase do projeto, que a gente vai começar a entrar agora, a gente passa a olhar casos não tão graves, mas que precisam ainda de alguma reforma um pouco mais forte, estrutural. E, numa terceira etapa, aquelas casas que precisam de pequenos reparos - e isso tem sido muito importante - que a gente está vivendo agora, porque está disparando alguns planos de ações também com áreas do negócio, uma área comercial em conjunto com a área de gente e gestão, pra preparar uma modalidade de um preço social, onde a gente possa ofertar descontos para os nossos colaboradores. Claro que tem uma política toda que está sendo formulada, com volume máximo, até pra gente não ter depois, não caracterizar com que nenhum colaborador comece a comprar produtos e revender no mercado etc, banindo esse tipo de prática ilícita. A gente está desenhando esse modelo de preço social, pra que todo colaborador tenha acesso aos nossos produtos com desconto, diretamente da fábrica, assim como também uma discussão importante entre a gente e gestão e a nossa área financeira, sobre a necessidade da gente criar alguma linha de crédito para os colaboradores ou uma busca pra algum parceiro. A gente tem discutido com alguns negócios sociais que têm essa modalidade, de oferta de crédito, em a gente começar a ofertar crédito, então, pras reformas dos colaboradores e até mesmo possibilitar a eles o desconto em folha de pagamento e, com isso, facilitar, mas aí também tem um aspecto superimportante pra gente fazer com a comunicação interna, que é uma comunicação orientada pra educar os nossos colaboradores, sensibilizá-los sobre a importância de ter uma moradia adequada.

A gente está vivendo num mundo muito turbulento sobre a questão do consumo inconsciente, onde as pessoas, muitas vezes, privilegiam status e parte desse privilégio de status é ter um telefone que custa oito, nove, dez mil reais, enquanto a sua casa mal tem um reboco, que com qualquer chuva tem infiltração, mofo e está prejudicando não só a sua saúde, mas também os móveis da sua casa - muitas vezes até coloca em risco a estrutura da sua casa. É isso que a gente quer, começar a mover a agulha dentro da nossa organização, [para] que as pessoas passem a se conscientizar.

Nós não somos contra o consumo, apenas tenha um consumo consciente. Você precisa, quer ter um telefone celular? Perfeito, você precisa ter um telefone celular, mas será que você precisa ter aquela marca mais admirada por todo mundo, só pra você pertencer a um grupo social determinado? Será que, naquele momento, não vale a pena você ter um celular um pouco mais simples e essa diferença de valores você aplicar, então, em melhorar as condições de habitação, de proteção e segurança da sua família? Isso tudo a gente começa a discutir: como a gente cria um plano de educação e de conscientização dos nossos colaboradores, pra depois, também, [com] essas condições que a gente vai colocar, [tanto] de crédito quanto do acesso à compra dos produtos de maneira subsidiada, a gente possa ter maior sucesso e maior efetividade, de fato, no futuro.

P/1 – Eu gostaria que você comentasse um pouco sobre essa relação com os negócios sociais. Como ela funciona, quais os objetivos que vocês pretendem com isso.

R – A gente, muito antes da própria criação do Instituto Vedacit, tem uma história muito bacana com os negócios sociais. A primeira parceria que nós tivemos foi com o programa Vivenda, quando o Vivenda era apenas um projeto, uma ideia. Aliás, o Fernando Assad sempre fala isso, que a Vedacit foi a primeira indústria de materiais a ser parceira do Vivenda, com essa modalidade de preço social. Em seguida a gente fez parceria com o Moradia Digna, foi mais um negócio social e a gente percebeu que esse mesmo modelo se aplicava também a ONGs.

Ocorre que, além dessa crença de olhar pra além das organizações não governamentais, mas também olhar os negócios sociais que têm uma lógica sustentável, de olhar sob o ponto de vista de oferta do serviço, por uma modelagem de negócios, seja ela subsidiada pela iniciativa privada, por meio das doações ou até mesmo pelas pessoas que pagam ali o seu crediário em dia, tem uma relação de longo prazo muito mais sustentável do ponto de vista financeiro pra uma organização, seja ela social ou empresarial.

A gente foi percebendo um crescimento muito grande desse ecossistema aqui no Brasil, que a gente considera que a Vedacit, por meio do seu instituto, tem uma grande parcela de culpa em construir esse ecossistema aqui no Brasil. A gente tem uma iniciativa, que é o Lab Habitação, que já ocorre agora no seu quarto ano. É uma parceria que nós temos com a Artemísia, que é aceleradora de negócios de impacto, junto com a Gerdau; foram os dois que conceberam esse programa, nos convidaram e depois convidaram a Tigre e a Votorantim Cimentos, e agora a Leroy Merlin também está entrando nessa iniciativa. A gente acelera quinze negócios por ano que tragam soluções para os grandes desafios da moradia, pra baixa renda. Esses desafios são inúmeros, desde regularização fundiária, reformas - não só o acesso às reformas, mas como também crédito pras reformas; água e saneamento; energia; cidades inteligentes, então [se trata de] como também a gente olha o entorno dessas casas nas comunidades, enfim.

A gente tem feito esse programa de aceleração, com 15 startups por ano e hoje, só pra dar uma ideia de parâmetro de transformação desse campo, há quatro anos a gente tinha, no máximo, cinco, seis grandes... Grandes não: cinco, seis atores muito atuantes nesse campo, entre ONGs e negócios de impacto. Você tinha Teto, Habitat pra Humanidade, Programa Vivenda, Moradia Digna, Arquitetas Nômades e parava meio que por aí. Hoje esse ecossistema já é composto por mais de cem organizações, sejam elas sociais ou negócios de impactos, já mapeados pelo Vivenda e pela Habitat pra Humanidade. Isso já mostra que esse campo vem crescendo e vem sendo necessária essa estruturação desse mercado da reforma da moradia pra população de baixa renda. Também as pessoas estão, cada vez mais, se dando conta de que elas não querem mais, elas por si só, terem que fazer a reforma; ter que comprar, muitas vezes, o equipamento e o equipamento [depois] fica largado na sua casa. Pega uma furadeira, você vai usá-la no máximo dez minutos na sua vida. Depois ela vai ficar parada lá, ocupando espaço na sua casa. É o que a gente muito tem estudado: as pessoas não querem mais ter que furar a parede e colocar um quadro, elas querem contratar a colocação do quadro na parede das suas casas. O mesmo ocorre, então, pra reforma e quando você tem uma modelagem de negócios como essa, você então se livra de

muitas das dores de cabeça e delega isso para o negócio de impacto administrar toda a obra e também garantir com que aquilo que foi combinado, em termos de compra de material e custo daquele material, seja de fato o executado.

P/1 – Eu gostaria que você comentasse agora sobre o Instituto Vedacit, sobre os objetivos e alguns projetos do instituto.

R – O Instituto Vedacit nasce em 2017 com a bandeira que a gente abraçou, das cidades do futuro. São aquelas que conseguem harmonizar os espaços públicos, as pessoas e as moradias. A gente, em nenhum momento, fala de tecnologia, porque tecnologia, pra gente, é meio.

A gente, então, estruturou os três modelos de investimento, as três linhas programáticas de investimento: as cidades criativas, que a gente aposta na área da cultura; as cidades inteligentes, onde a gente tem apostado em programas de capacitação de jovens, tanto pro mercado de trabalho, quando pra empreendedorismo social; e as cidades sustentáveis, que fica todo esse eixo de aceleração de negócios e ONGs, pra resolver os desafios da moradia pra população de baixa renda.

Entre os projetos de destaque aqui, pra vocês, temos então o Lab Habitação, como eu comentei agora há pouco; a gente tem aí o Ano Novo, Casa Nova, o programa nosso, de voluntariado; estamos aguardando a pandemia [acabar] pra gente retomar uma ideia, que é a realização de um team building social, com a Habitat pra Humanidade, [em] que a gente vai levar colaboradores nossos pra fazer reformas de casas de pessoas em população de baixa renda.

A gente tem uma parceria já, desde 2017, com o Instituto Coca-Cola Brasil, que é por meio do programa Coletivo Jovem. A gente adota duas unidades do coletivo, uma na Vila Andrade, [na] zona sul de São Paulo, e a outra no bairro do Paripe, em Salvador. Nesse programa a gente capacita durante dois meses os jovens pro mercado de trabalho e busca, então, através das nossas redes de parceria, inserir esses jovens no mercado; eles têm, como contrapartida, desenvolver, durante o programa de formação, um diagnóstico e um plano de ação para os pequenos comércios locais e os comerciantes colocam em prática, se desejarem. Esse é um programa que já está aí desde 2017.

A gente, no passado, apoiou a Anip, que é aceleradora de negócios de impacto de periferia e agora a gente quer, pra 2022, retomar esse tema do empreendedorismo de periferia. O Fipe, que é o Fórum de Institutos e Fundações pelo Impacto, experimentando novos mecanismos de investimentos no campo da filantropia, seja eles através de organizações sociais, seja através de negócios sociais diretamente, ou seja de intermediários dos negócios sociais, tem sido uma experiência muito rica pra gente, ao longo desse tempo.

Nos projetos de cultura, em geral, a gente utiliza dos mecanismos de incentivo cultural, em especial o ProAC, aqui no estado de São Paulo. A gente tem a parceria com o Museu da Pessoa, com o plano de ação que a gente vem apoiando já desde 2017, mais ou menos. Além disso, a gente fez uma entrega, em 2019, de um parklet cultural pra cidade de Ribeirão Preto, em frente ao Museu do Café. E por aí vão algumas ações nesse sentido, em que a gente pensa que a arte tem que ocupar o espaço público e contar a história das comunidades pras pessoas, pra que elas reconheçam o lugar onde elas vivem e passem, então, a preservar esses lugares onde moram.

P/1 – A gente, agora, vai se encaminhando pro final e eu gostaria que você comentasse como você vê a atuação da Vedacit em projetos sociais pro futuro. Além do team building que você falou, que é um projeto que vocês já têm, uma ideia de como já fazer isso pro ano que vem ou pro futuro, quais outras atrações você acha que a Vedacit vai adotar? Qual caminho que vocês querem trilhar?

R – Pro futuro do Instituto Vedacit o caminho que a gente deve trilhar, muito forte, é alavancar ainda mais essa agenda das soluções pra moradia pra população de baixa renda. A gente acredita muito que o instituto tem o papel de ser um think tank, um laboratório de experimentações sociais para o próprio negócio. Isso que essa meta de 1,6 milhões de casa inadequadas que a gente quer reduzir enquanto empresa, seja direta ou indiretamente, é uma meta da empresa e não do instituto, mas a gente acredita que o instituto pode ter um papel fundamental de ser um laboratório de inovações sociais pra esse campo da moradia na população de baixa renda. E aí, com isso, puxar a força toda da empresa pra essa causa, essa bandeira, uma vez que já está no nosso DNA, é o nosso propósito olhar pra qualidade de vida das pessoas por meio da sua habitação. Hoje a gente tem e vai botar muito mais os nossos esforços em alavancar uma modalidade que a gente criou dentro da empresa, que é do preço social, então o instituto busca as parcerias com os negócios sociais, com as ONGs, pra viabilizar as obras nessas organizações. Coloca aí uma margem de desconto dos nossos produtos, que tange de 20 a 50%, muito com esse olhar de viabilizar a obra em si, o modelo de negócios pra esses negócios sociais. O instituto puxa isso, mas a gente já vê que no futuro há uma tendência de que esse preço social seja puramente uma ação da nossa área comercial e aí a gente vai criar outras iniciativas dentro do instituto, em conjunto com o negócio. Vamos botar muito mais força ainda nesse caminho da aceleração e da incubação de ideias, pras moradias dessa população.

A gente acredita nessa força da aceleração dos negócios, também no fortalecimento das organizações não governamentais que militam nessa causa, pra que a gente tenha um ecossistema muito mais pujante e muito mais forte, porque a gente tem um desafio muito grande, gente: 24 milhões de moradias inadequadas não é pouco, em meio a oitenta milhões de casas que a gente tem no Brasil. O desafio é gigantesco e a gente precisa que tanto o setor 2.5 dos negócios de impacto e o terceiro setor estejam trabalhando em conjunto e nós, como iniciativa privada, como segundo setor, estejamos em conjunto e quiçá isso possa influenciar a política pública, o setor governamental, pra olhar de uma maneira mais estruturada esse campo das moradias atuais e não só olhar o déficit habitacional, criando os programas de construções populares.

Outra linha em que a gente deve aumentar significativamente a nossa presença é, de fato, no empreendedorismo de jovens, porque com essa pandemia toda e até muitas das empresas e muito dos pequenos comércios nas comunidades conseguem se reerguer e voltar a contratar mão de obra num volume muito maior, vai levar um pouco de tempo. A gente acredita que precisa trabalhar fortemente esse espírito empreendedor nas comunidades de periferia e colocar mais luz sobre esse empreendedor, porque nas periferias esse empreendedor tem potencial de escala. A gente precisa encontrar o tipping point desses negócios todos, pra que eles consigam, então, ter escala nas periferias, como a gente tem inúmeros casos aí, de empreendedores já muito bem-sucedidos, nas periferias. A gente quer, cada vez mais, apostar pra trazer essa oportunidade de geração de renda pras pessoas de periferia e não só ficarem presas ao mindset dos empregos formais tradicionais, como a gente está acostumado a ver - até porque também tem um outro gap em que muitas empresas já estão investindo. A gente não quer competir por recursos com outras empresas, mas a gente vê empresas investindo em capacitação, por exemplo, pra linguagem de programação, até porque a gente vê essa tendência da tecnologia, vê um grande apagão de mão de obra etc. Deixe essas empresas, que continuem fazendo isso, mas a gente quer apostar num espírito empreendedor que, de uma certa maneira, também é uma competência pro século XXI, porque também a gente vai precisar que as pessoas, dentro das empresas, possam intraempreender, seja projetos, seja novos negócios pras empresas, e por que não com que as empresas recrutem pessoas vindas da periferia, com essa capacidade intraempreendedora.

P/1 – Certo. Tem alguma outra, algo que eu não perguntei, que você acha que seja importante pra você comentar a respeito dessa atuação da

Vedacit?

R – Acho que vou só complementar aqui o que eu acho que é importante quando a gente fala aqui do propósito da Vedacit e da atuação do Instituto Vedacit. Uma das coisas mais fundamentais que a gente vê dentro da organização é o alinhamento entre todos os núcleos dentro da organização. Essa é uma convicção que vem desde o nosso acionista, sempre preocupado com o legado do seu Otto Baumgart, fundador da Vedacit, há 85 anos e a família Baumgart, preocupada com a perenidade dos negócios, mas principalmente com o legado que vai deixar pra quarta geração da família. Eles sempre se preocuparam e sempre mantiveram esse olhar sobre a sustentabilidade e sobre o investimento social; a diretoria executiva da Vedacit [é] também muito alinhada com todas essas ideias e todos esses desafios que nós temos pros próximos anos e depois, os líderes dentro da organização e todos os nossos colaboradores, cada vez mais imbuídos sobre esse propósito nosso. Por isso que acho que é importante a gente não só definir uma estratégia, mas ter uma cultura muito favorável pra toda essa transformação social que a gente espera, por meio do nosso negócio.

P/1 – Então, em nome do Museu da Pessoa, Luis Fernando, agradeço muito o seu depoimento. É muito interessante saber mais detalhes de como a Vedacit, vocês pensam essas questões e projetos sociais. Muito obrigado!

R – Obrigado você, Genivaldo, Grazielle! Estou à disposição pra outras [entrevistas] que precisar.