

## CONTEÚDO PARA ASSOCIADOS DO ICCB

Novembro de 2018



Você já ouviu sobre a empresa Recreational Equipment Inc., mais conhecida como REI? A REI é uma empresa americana de serviços de recreação ao ar livre e varejo, na qual vendem artigos esportivos, equipamentos de camping, equipamentos de viagem e roupas. A empresa é organizada como uma cooperativa de consumidores, e é a maior nos EUA.



Já faz 20 anos que a REI está na lista das "100 Melhores Empresas para Trabalhar" da revista FORTUNE. Ela tem, aproximadamente, 12 mil empregados que recebem por ano dois dias de "YAY!", que são dois dias de folga para terem tempo livre ao ar livre. Em 2017, o resultado em vendas foi de US \$ 2,62 bilhões, sendo que os empregados receberam US \$ 56,5 milhões em participação nos lucros e incentivos. Além disso, a REI se preocupa com o meio ambiente: Ela tem um sistema 100% de energia renovável para alimentar lojas, centros de distribuição e sedes.

Nos Estados Unidos, assim como no Brasil, é realizada a famosa Black Friday, que, teoricamente, tem o objetivo de proporcionar preços mais “vantajosos” aos consumidores visando alavancar as vendas e comércio.

Agora, adivinhem o que a REI fez para a Black Friday? Não abriu suas lojas e nem efetuou vendas pela internet.

Sim, foi isso mesmo que você leu! Além disso, a REI deu folga para seus empregados, fez uma campanha convidando as pessoas a passarem um tempo ao ar livre em atividades junto a natureza, e disponibilizou um mapa com pontos para caminhadas, ciclismo, caiaque e canoagem.

E o que esta ação causou?

Vamos aos números: 12 mil empregados de folga na Black Friday para estarem com suas famílias em meio a natureza, aumento de 7000% na consciência de mídia social da marca, cerca de 2,7 milhões de interações nas redes sociais em 24 horas, e engajamento de 1,4 milhões de pessoas na campanha da Black Friday em meio a natureza. UAU!

A campanha teve tanto sucesso que acabou engajando mais de 150 empresas que seguiram a REI na decisão de não participar da loucura da Black Friday. E o movimento foi além: Centenas de parques estaduais abriram seus portões gratuitamente para receber quem escolheu ficar ao ar livre.

Isso é o resultado de empresas e pessoas aplicando o Capitalismo Consciente.

Por Felipe Rossi Paschoal  
Associado Engajado do ICCB

## **RESERVA E O POLEN: OS EXEMPLOS BRASILEIROS**

Também tivemos Black Friday consciente aqui no Brasil! Um dos exemplos foi promovido pelo grupo Reserva, já bem conhecido por suas campanhas criativas e de impacto. Na Black Friday, além de oferecer descontos de até 70% em mais de 200 peças da marca, a Reserva resolveu impulsionar sua campanha de combate à fome, a 1P5P. Nesta campanha, a Reserva normalmente viabiliza a entrega de 5 pratos de comida a cada peça de roupa vendida, mas na Black Friday, o “lucro” foi para quem tem fome: A cada peça vendida, 10 pratos de comida foram doados.

Outro belo exemplo de Black Friday consciente foi promovido pelo O Polen. O Polen é uma startup que desenvolveu um aplicativo para e-commerces que permite que o cliente faça uma doação ao finalizar a compra. Na Black Friday, a startup reuniu e-commerces que possuem o sistema de doação para uma campanha de descontos com propósito.