



Site de Delivery lançado em Curitiba usa modelo inédito que une atividade empresarial e impacto social

Foi lançada em Curitiba, em parceria com o Fundo das Nações Unidas para Infância (UNICEF) e a Associação de Agricultura Orgânica (AAO), a plataforma de delivery Rangri (rangri.com.br)—o primeiro site de pedidos de comida com impacto social do mundo.

Com o slogan “A fome é uma só” e a proposta de matar duas fomes— a de quem pede comida e a de quem não tem o que comer ou sofre de desnutrição—, o site conta com um número crescente de restaurantes tais como Armazém Dom Carmino, Sushiyama Água Verde, La Polenteria, Giotto e Pizzaria Tortelli.

O sistema funciona assim: os restaurantes pagam ao Rangri uma comissão de 10% sobre cada pedido realizado pelo site; e o Rangri destina metade de sua receita líquida de impostos a organizações que combatem a fome e a desnutrição no Brasil. A escolha da entidade fica a critério do internauta.

No momento participam do site o UNICEF, presente no Brasil desde 1950 para melhorar a vida das crianças, adolescentes e suas famílias; e a AAO, que atua há 24 anos em favor da saúde e da responsabilidade socioambiental, estimulando o consumo de produtos agrícolas cultivados com respeito ao meio ambiente (sem o uso de agrotóxicos e adubos químicos), em solo vivo e saudável. A contribuição sai da receita do Rangri, sem nenhum acréscimo aos clientes. O cliente paga apenas o valor do prato escolhido e da entrega, ou ainda tem a opção de retirar o pedido no balcão.

"O Rangri une a eficiência do capitalismo com compromisso social para a formação de um modelo inédito de negócios; um novo sistema. Pois a fome e a desnutrição, além de serem problemas complexos que afetam diretamente a sobrevivência das pessoas, são um grande desafio criativo", explica Flavio Masson, fundador e CEO do Rangri.

Para o gerente da área de parcerias do UNICEF, Wim Desmedt, a aliança com o Rangri permitirá inovar nas estratégias de mobilização de pessoas e recursos para causas sociais. “As pessoas terão a oportunidade de se informar rapidamente sobre o trabalho do UNICEF e colaborar para a garantia dos direitos das crianças e dos adolescentes. Se desejarem, poderão aprofundar o conhecimento e encontrar outras maneiras de ajudar, sem nem sair de casa”, explica.

"Todo mundo quer comer bem. A produção de alimentos mais saudáveis de forma orgânica e sustentável é o nosso maior compromisso. Agora, quem pede pelo Rangri poderá conhecer mais nossos projetos e ajudar a fomentar a agroecologia no Brasil", diz o presidente da AAO, o produtor orgânico Guaraci M. Diniz Jr.

“Negócios de valor compartilhado como o Rangri, que unem a atividade empresarial e o impacto social, passaram a definir um novo conjunto de práticas de sucesso”, constata André Masson, principal investidor anjo e Membro do Conselho do Rangri, formado em administração de empresas pela FGV e empreendedorismo pela Babson College nos EUA. “O Rangri utiliza os conceitos mais atualizados existentes de sustentabilidade em negócios. Lucro não é entendido por nós como exaustão de recursos comuns, mas como otimização e maximização de resultados para acionistas e em benefício da sociedade em proporções iguais”.

A inovação do projeto vai além do modelo de negócio. O design e tecnologia do site denotam entendimento do comportamento humano e a importância da cooperação entre usuários. "Comer é essencialmente social", comenta Artur Benchimol, gerente de marca do Rangri, sobre a integração do site com mídias sociais que vai muito além do botão “curtir”. "Desenvolvemos uma plataforma com o potencial de catalisar mudanças na nossa sociedade a médio e longo prazo", acrescenta.

Foi com essa ambição de gerar grandes mudanças que Flavio Masson idealizou o projeto. Baseado em Nova York há 15 anos e há 10 à frente da [10012 \(10012.com\)](http://10012.com), empresa de design & tecnologia que fundou, Masson passou a investir metade da capacidade de produção de sua equipe em Nova York para a execução do projeto no momento em que identificou a oportunidade. "Temos uma enorme vantagem: aplicamos, no Rangri, todo o conhecimento

e *insight* que adquirimos incubando outras start-ups e desenvolvendo projetos para as marcas mais exigentes do planeta”, comenta, referindo-se a trabalhos desenvolvidos para a Nike, Showtime, Kraft Foods, HBO, AOC, entre outras marcas globais.

O envolvimento de Masson na concepção e execução do projeto vai desde a visão macro até detalhes do design. O logo do Rangri, por exemplo, é inspirado no tradicional "prato feito": arroz, feijão, carne, alface, tomate e ovo. O ponto da letra "i", vazio, representa a luta permanente contra a fome. "Quando a fome acabar, pintamos o ponto "i", brinca.

Masson foi reconhecido por seus trabalhos com prêmios de prestígio como o Webby's, o "Oscar da Internet", e foi considerado pela revista Galileu uma das mentes mais brilhantes do Brasil ao lado de Miguel Nicolelis, Alex Atala, entre outros.

Os pedidos podem ser feitos no site www.rangri.com.br.

Informações à imprensa:

Rafaela Salomon Comunicação

rafaela@rafaelasalomon.com.br danisommer@rafaelasalomon.com.br

Assessoria de comunicação do UNICEF no Brasil

Adriana Alvarenga (11) 3728.5701 aalvarenga@unicef.org

Assessoria de imprensa da AAO

Tânia Rabello Tel. (11) 3875-2625 e 9-9155-6833 E-mail taniara34@gmail.com