

# filantropia & gestão social

Brasil – Edição 39 – Mar./Abr. – 2009



## Ponto de vista

Especialista argentino traz ideias inovadoras de marketing para captar recursos

## Administração

Utilização do *Balanced Scorecard* nas organizações sociais

## Especial

Países lusófonos e o Terceiro Setor

# Crescimento em larga escala

Tecnologias sociais transformadoras levam desenvolvimento a diferentes comunidades do país



Criador da Turma da Mônica opina sobre a importância da educação das crianças no caminho para um mundo melhor

Entrevista  
Maurício de Sousa



# Você conhece uma



Ajude o Faça Parte a reconhecer as  
escolas pelo que elas já fazem!

# Escola Solidária?



Divulgue o Selo Escola Solidária 2009  
Aprender • Participar • Transformar

# Sumário



05

## Entrevista

Maurício de Sousa

Cartunista fala sobre o trabalho realizado pelo Instituto Maurício de Sousa no Brasil e no mundo



18

## Captação de Recursos

Uma boa história mobiliza

Uma história bem contada tem o poder de mobilizar e trazer recursos para sua organização



38

## Capa

Tecnologias sociais

Ideias reaplicáveis com poder de transformação social mudam vidas pelo Brasil



50

## Artigo

Hora de decidir

Patrus Ananias, ministro do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, fala sobre o trabalhador no momento de crise

Acontece	08
Ponto de vista	14
Comunicação	16
Contabilidade	20
Voluntariado	24
Assistência Social	26
Administração	28
Legislação	30

Especial	44
Sustentabilidade	46
Case empresarial	54
DataFilantropia	56
Serviços	58
Geração de renda	62
Reflexão	64



**Redação:** imprensa@revistafilantropia.com.br  
**Publicidade:** filantropia@revistafilantropia.com.br  
**Assinaturas:** assinaturas@revistafilantropia.com.br  
Tel. (11) 2978-6686

**Zeppelini Editorial Ltda.**  
Rua Doutor César, 530, cj. 1.308  
CEP 02013-002  
São Paulo/SP – Brasil  
PABX (11) 2978-6686

**Editor-chefe**  
Marcio Zeppelini (MTB 43.722/SP)  
**Jornalista responsável**  
Thaís Iannarelli (MTB 46.415/SP)  
**Administração**  
Mauro Zeppelini  
Stefany Herrán Martins

**Comercial**  
Hilton Rocha da Justa  
**Coordenação de Eventos**  
Rogério Ramos Costa  
**Suporte de Gestão Social**  
Carolina Brascioli

**Atendimento**  
Ana Luísa Moraes do Nascimento  
Raquel Siqueira Gomes

**Colaboradores**  
Luciano Guimarães  
Valeuska de Vassimon  
**Coordenação de Arte**  
Adriano Aguilina

**Assistente de Arte**  
Rafael Sarto

**Assistente Editorial**  
Cristiane Gonçalves Cabral  
**Diagramação**  
Karine dos Santos Barbosa  
Ruben Moreira da Silva  
Vinicius Pinheiro Mendes

**Coordenação de Revisão**  
Viviane Rodrigues

**Revisão**  
Angélica Beatriz Halcsik  
Melina Marin de Castro

**Conselho editorial deliberativo**  
Marcelo Monello  
Marcio Zeppelini  
Marcos Biasioli  
Mauro Zeppelini  
Ricardo Monello

**Conselho editorial de pauta**  
Anísia Sukadolnik  
Antonio Brito  
Custódio Pereira  
Eduardo Sabo  
Felipe Mello  
Fernando Credidio  
Livio Giosa  
Marcelo Estraviz  
Milú Villela  
Roberto Ravagnani  
Synésio Batista da Costa

Os artigos assinados são de responsabilidade do autor, não caracterizando necessariamente a filosofia da revista. Direitos autorais reservados à Zeppelini Editorial Ltda. A publicação de parte ou íntegra de qualquer texto desta revista em outra mídia impressa, eletrônica ou qualquer outro meio só será permitida mediante autorização por escrito da editora.





## Responsabilidade Governamental

Nas últimas décadas, tem sido crescente o espaço dado ao tema "responsabilidade social empresarial". Nada prevê, porém, o aspecto da responsabilidade do grupo de pessoas físicas que assumem papéis no Primeiro Setor a fim de governar uma cidade, Estado, país ou um simples órgão público. Além dos deveres intrínsecos ao cargo de governante, não há discussão acerca da bandalheira desses órgãos.

Eis que pressuponho, a título de sugestão (como cidadão, eleitor e contribuinte), a criação do "código de ética do governante público" ou, resumidamente, a "responsabilidade governamental". Contanto que esta seja redigida por nós – não por eles!

Entre tantas ações que poderíamos eleger a fim de tornar uma administração mais eficaz, listo algumas preliminares:

- Economia de recursos e utilização das verbas indenizatórias que só sejam utilizadas a serviço do governo, com fins e interesses públicos (desenhando: não utilizar cartões corporativos para pagamento de despesas pessoais);
- Utilização de materiais que não permeiem o meio ambiente e que sejam compatíveis com os de uso no mercado corporativo (desenhando: não comprar laptops que custem R\$ 20 mil);
- Correta destinação de resíduos e economia de energia em órgãos públicos (desenhando: se uma empresa é multada pela destinação incorreta de resíduos, o que diremos do descaso com os aterros sanitários espalhados pelo Brasil?);
- Promessas de campanha não cumpridas receberão multa, suspensão ou até perda de direitos políticos (precisa desenhar?);
- Não apadrinhamento, extinção do nepotismo e tratamento de funcionários públicos como celetistas – inclusive na formação dos profissionais (não dá para um país progredir com uma máquina administrativa ineficiente, despreparada e, pior, com "funcionários-cabide");
- Seleção, triagem, acompanhamento e fiscalização do dinheiro investido em programas sociais (aqui dá uma história em quadrinhos: "Gato Billy e seu Bolsa Família").

Resta-nos levantar essa bandeira e cobrar de nossos representantes uma posição mais ética e que, no mínimo, não nos envergonhem construindo, com recursos que deveriam ir à educação e à saúde, castelos com 36 suítes enquanto os 50 milhões de miseráveis brasileiros não têm um pão para matar a fome.

Em tempo: algumas horas depois de escrever esse editorial recebi a notícia de que o novo presidente do Senado, José Sarney, ordenou a economia de R\$ 51 milhões em verbas indenizatórias da Casa que representa, incluindo o corte de 300 ramais de telefone que, pasmem, consomem R\$ 1,2 milhão (desenhem vocês: quantas crianças estariam em sala de aula com essa verba?). De qualquer forma... brilhante decisão, Sr. Sarney.

Agora que o samba acabou, vamos trabalhar!

Divulgação



Obra de Paola Moutinho de Miranda, aluna do Centro de Dinâmica de Ensino, da Oficina de Arte do Instituto Olga Kos de Inclusão Cultural

Marcio Zeppelini

marcio@revistafilantropia.com.br



Não basta fazer o bem, é preciso fazer bem feito.  
Aprimore-se lendo a **Revista Filantropia**.

### Idealizadores



www.economica.com.br



www.sergiomonello.com.br



www.zeppelini.com.br

### Parceiros Institucionais



# A gestão contábil de sua organização levada a sério

## SERVIÇO PERSONALIZADO E ESPECIALIZADO NO TERCEIRO SETOR

- Contabilidade gerencial com análise por orçamentos e por projetos
- Planejamento tributário, objetivando economia de forma legal
- Serviços contábil, fiscal, trabalhista e financeiro
- Auditoria e validação em arquivos eletrônicos para fiscalização (Sintegra, IN86)
- Controle e renovação de Certidões Negativas
- Consultoria e auditoria preventiva
- Intercâmbio de dados com qualquer sistema de gestão
- Informações pela web com total segurança

Três décadas  
de tradição, inovação,  
informação e agilidade







# Dos quadrinhos para a vida

Criador da turminha mais famosa do Brasil usa a imagem de seus personagens para transmitir mensagens positivas a crianças do mundo todo

Por Thaís Iannarelli







**A** Turma da Mônica, idealizada por Mauricio de Sousa, é muito conhecida. Como prova disso, basta perceber como é difícil encontrar alguém que não a conheça, ou que não tenha passado a infância acompanhando as aventuras de seus carismáticos personagens.

Aproveitando a influência que Mônica, Cebolinha, Cascão, Magali e companhia têm sobre as crianças, há 11 anos seu criador inaugurou o Instituto Mauricio de Sousa, com o intuito de ensinar conceitos de cidadania, educação, saúde e meio ambiente.

Passando por gerações, seus personagens começaram a nascer em 1959, com a criação do Bidu e, em 1970, surgiu a revista da Mônica. Mauricio já recebeu diversos prêmios nacionais e internacionais graças a sua forma descontraída de ensinar valores importantes a crianças de todas as idades, classes sociais e nacionalidades.



**Revista Filantropia: O que faz, exatamente, o Instituto Mauricio de Sousa?**

**Mauricio de Sousa:** Trabalhamos efetivamente com educação, saúde, meio ambiente e cultura, e fazemos projetos para governos, parceiros do Terceiro Setor e empresas. A nossa estratégia é pensar sempre na criança como protagonista e, por isso, utilizamos muito nosso material em sala de aula. Então as crianças participam, são treinadas e informadas por meio de atividades lúdicas para entender de determinado assunto, como o combate ao desperdício de energia ou o consumo consciente, por exemplo. Depois, ela vai atuar na comunidade, se tornar uma multiplicadora. Pelos resultados, percebemos que a criança incorpora melhor os conceitos e sente que pode modificar as coisas. O nosso público principal é o infantil, mas também atingimos as famílias e a comunidade com as atividades nas escolas. Trabalhamos também em hospitais para informar e dar carinho às crianças internadas.

**RF: E como surgiu a idéia de criar o instituto?**

**MS:** No começo, só fazíamos história em quadrinhos, mas percebemos que os personagens tinham muita força junto à criançada. São personagens totalmente “ecumênicos”, todo mundo gosta. Então, a primeira vez que me procuraram para fazer uma revista com enfoque social foi para falar sobre economia de água. Até então, sem o instituto, passamos a fazer revistas sobre outros assuntos, como meio ambiente e vacinação, utilizando os personagens. Resolvi criar o instituto quando percebi que estávamos fazendo praticamente uma revista por mês com esse enfoque. Hoje somos uma Oscip, e vimos que é muito fácil trabalhar com os professores, que cresceram lendo a Turma da Mônica e gostam de usar nossos personagens.



**RF: É possível mensurar quantas pessoas são beneficiadas pelos projetos?**

**MS:** É impossível. Para se ter uma ideia, somente uma de nossas publicações, o Estatuto da Criança e do Adolescente da Turma da Mônica, teve uma tiragem inicial de 26 milhões de exemplares, sem contar as que vieram depois. Mas também, não nos preocupamos com esses números. Queremos que as pessoas se informem e adquiram conhecimento. E tem mais, as publicações do instituto não estão nas bancas, elas vão direto para a mão da criança, para a família, então se torna uma coisa irradiante. Mesmo nas nossas publicações normais, os personagens já têm hábitos diferentes. O Cascão não brinca no lixo há anos e a Mônica ficou até mais tranquila, não está mais batendo no Cebolinha.

**RF: Como é a atuação do instituto na América do Sul?**

**MS:** Existe um projeto novo que fazemos com o governo chamado Amizade sem Fronteiras, com o objetivo de explicar para as pessoas, e não só para as crianças, as vantagens de as populações dos países do Mercosul se unirem, interagirem culturalmente. É um dos meus projetos mais preciosos, e o site fala tudo sobre essas nações, não só os dados gerais, mas as brincadeiras típicas e costumes. Outra atividade interessante, embora não tenha sido feita pelo instituto, aconteceu na América Central e teve grande impacto. Era uma área muito carente, onde as crianças morriam de desidratação porque não tinham cuidado com a higiene e contraíam doenças, como disenteria. Aí apresentamos o Cascão com cartazes e livros e, depois, o fizemos lavar as mãos após usar o banheiro. Com isso, a curva de mortalidade caiu muito, ou seja, vimos que é possível mudar hábitos com uma brincadeira.



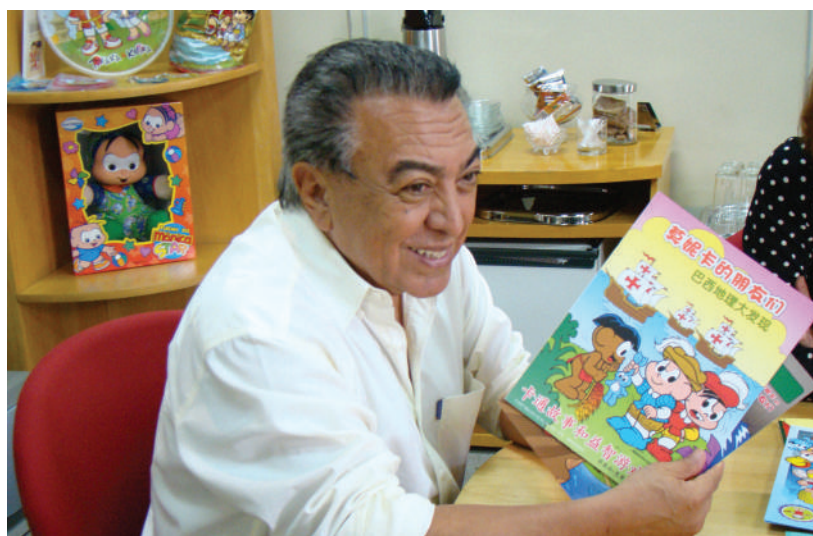


**RF: E em outros países do mundo?**

**MS:** Nós fazemos algumas coisas fora do instituto justamente por não serem no Brasil. Agora, por exemplo, estamos realizando campanhas de alfabetização na China, em parceria com a BBC de Londres, além de passar valores de ética e cidadania. O material em chinês já atingiu 180 milhões de crianças. E mais, eles têm tanta curiosidade sobre o Brasil que a primeira revista é sobre o descobrimento do nosso país. O governo de lá está mais preocupado com educação, meio ambiente, estrutura familiar, então decidimos colaborar. A grande novidade agora, até para nós, é que uma grande editora chinesa está interessada em publicar algumas revistas feitas pelo instituto.

**RF: Quais são as suas perspectivas para o futuro do Instituto Mauricio de Sousa?**

**MS:** Atualmente, o instituto funciona no mesmo espaço físico da Mauricio de Sousa Produções, mas ele vai virar algo tão grande que vai se afastar da empresa. Eu ainda não gosto da proximidade geográfica das duas coisas. Queremos que ele cresça junto com os personagens, que estão amadurecendo agora, com a Turma da Mônica jovem lançada recentemente. Ainda quero fazer muita coisa, atuar com as forças vivas do Terceiro Setor, outras organizações, empresas e governos de muitos países. Temos que fazer essas parcerias para aprendermos juntos a enxergar objetivos maiores.

**RF: O instituto foi criado há 11 anos. Você vê mudanças na área social no país, de lá para cá?**

**MS:** Claro que sim. E nós estamos colaborando para uma mudança de mentalidade, de paradigmas. Hoje é melhor ainda, a criança está mais bem preparada e mais consciente em relação ao tipo de mensagem que passamos aqui. E a mudança de dez anos para cá é incrível. Não sei de onde veio essa onda toda, mas como disse Barack Obama no dia de sua posse, o mundo mudou, e nós temos de mudar também. Isso está acontecendo com as crianças e jovens. Um exemplo é meu filho que, quando tinha quatro anos, chamou a minha atenção porque eu estava escovando os dentes e deixei a torneira aberta. Ele disse: "Pai, fecha essa torneira. Senão vai acabar a água do mundo!" Dramático, eu sei, mas funcionou. Eu nunca mais deixei a torneira aberta.

**RF: Todos sabem da difícil realidade do mundo, com tanta fome e pobreza, mesmo com o crescente número de projetos sociais. Como você se posiciona em relação a isso?**

**MS:** Acho que a busca por melhorias faz parte da natureza humana. Algumas pessoas mais sensíveis, ou até românticas, procuram a felicidade, mas acho que não devemos nos preocupar com isso. A gente precisa procurar uma qualidade de vida equilibrada, que nos permita pensar em futuro, na família e, obviamente, que fiquemos longe da fome, da falta de escola e de saúde. Claro que há acidentes de percurso, como guerras e perseguições religiosas, mas mesmo assim a busca por melhores dias é inerente ao ser humano. O necessário é que os trabalhos como os que fazemos no Terceiro Setor se unam e avisem as pessoas de que elas têm não só, naturalmente, essa vontade, mas também têm direitos. Por isso, se a pessoa sentir que quer, pode, deve e merece crescer e, ainda, que tem direito a isso, não há o que errar. É difícil, sim. Talvez essa mudança venha com as gerações, mas sem dúvida estamos caminhando para isso. 🌱

Acima, Maurício de Sousa em seu local de trabalho; abaixo, mostrando as revistas feitas em chinês

Antonio Cruz/ABr



O ministro da Cultura, Juca Ferreira, fala sobre a proposta de reformulação da Lei Rouanet

Maurício Pinheiro



Equipe brasileira de vôlei sentado nas Paraolimpíadas de Pequim, em 2008

Roosevelt Pinheiro/ABr



Artesanato típico do nordeste brasileiro

Eduardo Barcellos



Natalia Pires Dias e Juliana C. Santos, alunas da Apae São Paulo

## Modernização da Lei Rouanet

O Ministério da Cultura (MinC) pretende reformular a Lei Rouanet, que financia atividades culturais. Atualmente, ela prevê três formas de financiamento: renúncia fiscal, Fundo Nacional de Cultura (FNC) e o fundo de capitalização, Ficart. Porém, na prática, acaba se concentrando na renúncia fiscal, que responde por 73% de toda a verba aplicada pelo governo federal. Por isso, a lei necessita de ajustes para acabar com as distorções que provocam a concentração regional do financiamento e o baixo apoio a atividades culturais em áreas de baixo IDH, por exemplo. Além disso, há a intenção de incentivar o setor privado a investir em projetos dessa natureza. Mais informações sobre a reforma estão disponíveis no site do MinC.

 [www.cultura.gov.br/reformadaleirouanet](http://www.cultura.gov.br/reformadaleirouanet)

## Apoio ao esporte

Criado em 2005 pelo Ministério do Esporte, o Bolsa Atleta está com as inscrições abertas para aqueles que desejam se candidatar ao benefício. O programa oferece uma verba mensal a atletas que se dediquem exclusivamente aos treinos e às participações em competições e é dividido por categorias: estudantil (R\$ 300), nacional (R\$ 750), internacional (R\$ 1,5 mil), olímpica e paraolímpica (R\$ 2,5 mil). Atualmente, o Bolsa Atleta é responsável pela ajuda financeira dada a 70% da delegação paraolímpica brasileira. As inscrições estão abertas até dia 31 de março e podem ser feitas pelo site do Ministério do Esporte.

 <http://portal.esporte.gov.br/>

## Desenvolvimento do artesanato

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), por meio de uma parceria com o Ministério da Cultura (MinC), assinou contrato de apoio ao Programa de Promoção do Artesanato de Tradição Cultural (Promoart). Os recursos, no valor de R\$ 1,3 milhão, são não-reembolsáveis e originários do Fundo Social. O programa tem como meta fortalecer o artesanato de tradição cultural em 65 pólos dedicados à atividade no país, decorrentes do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, órgão subordinado ao MinC. Além disso, pretende gerar renda e emprego em diversas comunidades.

 [www.bndes.gov.br](http://www.bndes.gov.br)

## Repasse de recursos

A Secretaria de Estado da Educação de São Paulo vai repassar R\$ 78,5 milhões para organizações que educam pessoas portadoras de deficiência motora, visual, mental, auditiva ou com autismo. Instituições da Grande São Paulo, inclusive a capital, serão atendidas, e o recurso chegará a aproximadamente 33 mil crianças e adolescentes. Das 299 instituições beneficiadas, 261 são unidades da Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae), além da Sociedade Pestalozzi e a Associação de Amigos de Autistas. O valor é 14% superior aos R\$ 67,7 milhões liberados em 2008. Todas as entidades devem estar em dia com a documentação para receber o recurso.

 [www.educacao.sp.gov.br](http://www.educacao.sp.gov.br)



Valter Campanato/ABr



Ministro do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Patrus Ananias

Elza Fiúza/ABr



Ministro da Educação, Fernando Haddad, e o presidente do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), Reynaldo Fernandes

## Crescimento da economia brasileira

De acordo com o relatório da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad), a economia brasileira deve crescer 2,9% em 2009. Apesar da desaceleração, o desempenho do Produto Interno Bruto (PIB) será melhor que a média mundial para o ano, de 1%. O relatório ainda mostra que o crescimento do Brasil será acima da média da América Latina, de 2,3%, mas abaixo dos 4,6% previsto para os países em desenvolvimento. Segundo a Unctad, a crise financeira se reflete no país principalmente por meio da retração no crédito, que afetou a produção e as exportações. Países emergentes, como China, Índia e Rússia, devem crescer 8,4, 7 e 4,8%, respectivamente.

 [www.agenciabrasil.gov.br](http://www.agenciabrasil.gov.br)

## Barack Obama e América Latina

Segundo as promessas do novo presidente americano, Barack Obama, ele adotará uma diplomacia ativa na América Latina durante seu mandato. Isso quer dizer que a política será de cooperação, a partir de um diálogo entre os povos. Durante a campanha, o primeiro presidente negro dos Estados Unidos propôs uma aliança regional para o planejamento de estratégias conjuntas pelo crescimento sustentável e pela energia limpa. Por isso, pretende aumentar os investimentos em recursos energéticos alternativos na América Latina. Obama também quer lançar uma iniciativa conjunta na área de segurança, especialmente no combate ao narcotráfico. Outro destaque é a área social, que deve ser uma das novas frentes de cooperação entre o Brasil e os Estados Unidos.

 [www.agenciabrasil.gov.br](http://www.agenciabrasil.gov.br)

## Espera pelo Bolsa Família

No fim de 2008, o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) detectou que 2,2 milhões de famílias estão à espera do Bolsa Família, embora tenham as condições de perfil e renda necessárias para receber o benefício. Atualmente, o programa de transferência de renda do governo federal já atende 11 milhões de famílias, e o custo anual previsto para incluir as que estão na fila de espera seria de R\$ 2,2 bilhões. O MDS deve apresentar o novo mapeamento da demanda ao presidente Lula com o intuito de ampliar a verba do programa para 2009. Além disso, pretende mudar a faixa de renda para entrada no Bolsa Família de R\$ 120 para R\$ 150.

 [www.agenciabrasil.gov.br](http://www.agenciabrasil.gov.br)

## Educação em alta

Segundo dados do Censo Escolar da Educação Básica, divulgado pelo Ministério da Educação (MEC), o número de alunos matriculados na educação profissional subiu 14,7% em relação a 2007. De acordo com o ministro da Educação, Fernando Haddad, o crescimento do ensino profissionalizante se deve à reestruturação do ensino médio, integrado com a educação profissional. O total de crianças em creches aumentou 10,9%, e esse fato aconteceu graças à inclusão das escolas no Fundo de Desenvolvimento da Educação (FNDE) nos últimos três anos, tanto das unidades públicas como das conveniadas, fundações e outras instituições que oferecem atendimento gratuito. Em alguns Estados, as matrículas no ensino médio dobraram; no entanto, o Ceará foi o Estado com o pior registro de matrículas escolares.

 [www.inep.gov.br](http://www.inep.gov.br)

## Protegendo o meio ambiente

De acordo com o ministro do Meio Ambiente, Carlos Minc, a partir de 2010, a segunda fase do Plano Nacional do Clima incluirá metas de redução do desmatamento em todos os biomas brasileiros. Com os projetos de reflorestamento, o Ministério do Meio Ambiente pretende aumentar para 27% a área de cobertura florestal da mata atlântica, que hoje mantém apenas 7%. A caatinga é um dos biomas mais desmatados do país, gerando áreas desertificadas. Com isso, a região pode perder 40% de sua economia, caso a temperatura média aumente 2,5% em 25 anos. O ministro ainda anunciou que o zoneamento ecológico-econômico dos Estados da Amazônia estarão prontos até o final de 2009.

 [www.agenciabrasil.gov.br](http://www.agenciabrasil.gov.br)

## Renovação dos certificados

Após o governo ter renovado de uma só vez os certificados filantrópicos de 4.100 entidades no começo de 2009, por meio de resolução do Conselho Nacional de Assistência Social (CNAS), os novos presidentes do Senado, José Sarney, e da Câmara, Michel Temer, buscam um acordo para acabar com a polêmica que envolveu a MP das Filantrópicas. Os líderes partidários decidiram rejeitar o texto da MP e aprovar um decreto legislativo com novas normas, aproveitando seus aspectos positivos, como a separação por ministérios das renovações. Para levar adiante o acordo é necessário que Sarney encontre uma alternativa para encaminhar o texto à Câmara.

 [www2.camara.gov.br](http://www2.camara.gov.br)

Agência Petrobras de Notícias



A baleia jubarte é uma das espécies protegidas por projetos da Petrobras

Divulgação



Treinamento do programa Students to Business

Divulgação



Adolescentes de projeto social beneficiado pelo programa Amigo Real

Divulgação



Vitor Belfort com a mãe e José Luiz Datena no lançamento do Click do Bem

## Líder em reputação ética

A Petrobras foi eleita pelo Covalence Ethical Ranking 2008 como a multinacional líder em reputação ética, à frente de 29 outras empresas do setor de Petróleo e Gás. O ranking avaliou 541 multinacionais em 18 setores distintos por meio de critérios como: impacto ambiental da produção, responsabilidade social, reciclagem, informação ao consumidor, inovação tecnológica, presença internacional, risco ambiental, padrões trabalhistas e política anticorrupção. No ranking global, entre todos os setores, a Petrobras é a empresa brasileira mais bem avaliada, na 38ª posição. Na listagem anterior, a companhia figurou na 65ª colocação geral e em 7º lugar no setor específico. O Covalence Ethical Ranking é publicado desde 2005 e funciona como um termômetro de como as multinacionais são percebidas no campo da ética.

 [www.petrobras.com.br](http://www.petrobras.com.br)

## Formação para o mercado de trabalho

Na terceira edição do programa Students to Business, a Microsoft Brasil formou 3 mil jovens na capacitação em desenvolvimento de sistemas e infraestrutura de rede. A iniciativa faz parte do programa de cidadania corporativa desenvolvido pela empresa com o objetivo de propiciar treinamento tecnológico para facilitar o acesso às vagas ofertadas no segmento. Dos 36 mil inscritos, 20 mil foram selecionados para a primeira etapa, uma palestra sobre o mercado de TI. Destes, 9.425 jovens passaram para a segunda fase, com aulas de conteúdo técnico-tecnológico para os interessados em cada área e, por fim, 3 mil seguiram para a etapa final, de desenvolvimento de projetos. A estimativa é que aproximadamente 1,2 mil alunos consigam imediatamente oportunidades profissionais graças ao programa.

 [www.centrodeinovacao.org.br](http://www.centrodeinovacao.org.br)

## Programa Amigo Real

Com o objetivo de defender e garantir os direitos das crianças e dos adolescentes do país, o programa Amigo Real, iniciativa do Banco Real, facilita aos funcionários, fornecedores e clientes o direcionamento de recursos dedutíveis do Imposto de Renda. Em 2008, 18 mil pessoas físicas e jurídicas contribuíram com aproximadamente R\$ 4,7 milhões, valor destinado a iniciativas sociais de 32 municípios, em 17 Estados. O programa está em sua sétima edição e os recursos arrecadados beneficiarão diretamente 10 mil crianças e adolescentes. Segundo o Estatuto da Criança e do Adolescente, as empresas podem destinar até 1% do IR devido apurado sobre o lucro real, e as pessoas físicas, até 6% do IR devido.

 [www.bancoreal.com.br/amigoreal](http://www.bancoreal.com.br/amigoreal)

## Click do Bem

Resultado de uma parceria entre a Sul América Capitalização (Sulacap) e o Banco de Ideias, o Click do Bem é o primeiro título de capitalização on-line da empresa com foco em projetos socialmente responsáveis. Cada título custa R\$ 5,90, sendo que 50% desse valor é destinado à Associação Brasileira de Busca e Defesa às Crianças e Pessoas Desaparecidas (ABCD). O participante pode comprar até 50 títulos vinculados ao mesmo CPF por mês e concorrer a prêmios instantâneos de R\$ 30 a R\$ 500. Além disso, recebe uma combinação da sorte para concorrer a sorteios semanais de R\$ 1 mil a R\$ 3 mil. No primeiro dia útil subsequente ao mês da compra dos títulos será sorteado um prêmio de R\$ 50 mil.

 [www.clickdobem.com.br](http://www.clickdobem.com.br)





Assinatura do The Code, com a presença da Rainha Silvia da Suécia

## Contra a exploração sexual

As ações de enfrentamento e prevenção da exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo realizadas pela Atlantica Hotels International geraram R\$ 330 mil, que foram destinados aos projetos e programas apoiados pela Childhood Brasil. O primeiro projeto apoiado por meio dessa parceria foi o Criando Arte, da Associação Lua Nova e, atualmente, a soma é de 63 projetos e 13 programas estratégicos. Para 2009, estima-se que a arrecadação suba para R\$ 500 mil. O sucesso da parceria com a organização fez com que a Choice International, uma das maiores redes de hotéis dos Estados Unidos, convidasse a Atlântica para transferir seu know-how aos hotéis internacionais. A rede de hotéis também assinou o Código Internacional de Conduta para a Proteção de Crianças da Exploração Sexual em Viagem e Turismo (The Code).

[www.atlantichotels.com.br](http://www.atlantichotels.com.br)



A modelo e apresentadora Ticiane Pinheiro durante o lançamento do papel

## Produto socialmente responsável

A Suzano Papel e Celulose lançou o papel sulfite Report no Alvo da Moda. O novo produto convida o consumidor a aderir à campanha de controle de câncer de mama, e a renda do licenciamento é revertida para o Instituto Brasileiro de Controle do Câncer (IBCC). Quem compra o papel recebe dicas de como fazer o autoexame, além de ajudar a campanha e o IBCC no controle e no atendimento às pacientes com câncer de mama. Alinhado com a estratégia de sustentabilidade que tem apoiado o crescimento da Suzano ao longo dos anos, o papel não só contribui para o controle do câncer, como também é certificado pelo Forest Stewardship Council (FSC), que atesta a adoção de boas práticas do ponto de vista ambiental.

[www.suzano.com.br](http://www.suzano.com.br)

## Reconhecimento da ONU

A Copagaz, quinta maior distribuidora de gás de cozinha do Brasil, recebeu reconhecimento da Organização das Nações Unidas (ONU) pelo Relatório Anual de Comunicação de Progresso no Pacto Global, elaborado pela consultoria Visão Sustentável. O documento foi qualificado como "Prática Notável", e as ações da empresa voltadas aos direitos humanos, ao meio ambiente e à sociedade tornaram-se exemplos mundiais para as demais empresas do mundo. A Copagaz se destacou por alcançar um alto nível de proteção ambiental ao eliminar o desperdício de engarrafamento à distribuição de gás. Desde 2000, apenas oito empresas brasileiras receberam esse reconhecimento.

[www.copagaz.com.br](http://www.copagaz.com.br)

## Apoio a projetos

A Fundação Baxter Internacional, que atualmente apoia projetos em mais de cem países, acabou de anunciar patrocínio a mais uma instituição brasileira: o Projeto Quixote, que oferece atendimento clínico, pedagógico e social a crianças, jovens e famílias em situação de risco. O projeto receberá aproximadamente US\$ 65 mil para a contratação de dois médicos, um psicólogo e uma nutricionista durante um ano para integrar o programa Saúde e Nutrição, com o objetivo de melhorar as condições nutricionais e a saúde das crianças e jovens atendidos. A fundação existe desde 1981 e trabalha pela ampliação do acesso à saúde, especialmente em comunidades de baixa renda dos países nos quais a empresa atua.

[www.baxter.com.br](http://www.baxter.com.br)

## Construção sustentável

A empresa Ace Engenharia, que executa projetos de arquitetura corporativa de interiores no Brasil e na América Latina, associou-se ao Green Building Council Brasil com a missão de ampliar e consolidar as ações voltadas à construção sustentável. Assim, a empresa terá a certificação Leadership in Energy and Environmental Design (Leed), adaptada à realidade brasileira. A companhia também possui o selo Carbon Free, que autentica as atividades que tiveram suas emissões contabilizadas e compensadas por meio de restauros florestais. As principais ações nessa área incluem a restauração de matas ciliares degradadas com espécies nativas, além de benefícios locais, como a preservação dos recursos hídricos locais.

[www.aceengenharia.com.br](http://www.aceengenharia.com.br)

## Formatura na Índia

O Grupo Goldman Sachs, líder mundial em serviços bancários de investimento, anunciou a graduação das primeiras estudantes da iniciativa 10.000 Mulheres, na Índia. O projeto é um esforço global que fornece educação de negócios e administração para mulheres de baixa renda. As estudantes graduadas se encontraram com representantes da Goldman Sachs e apresentaram planos de negócios desenvolvidos durante o curso. A iniciativa funciona em parceria com mais de 50 universidades da África, Ásia, Europa, América Latina, Oriente Médio e Estados Unidos e tem como meta qualificar mulheres em educação empresarial no mundo todo. O projeto foi fundado com base em uma pesquisa que constatou que mulheres com formação incentivam o crescimento econômico.

[www.10000women.org](http://www.10000women.org)

Fabio Rodrigues Pozzebom/ABR



Debates sobre a crise internacional durante o Fórum Social Mundial

Antônio Cruz/ABR



Área desmatada no município de Anapu, Pará

Divulgação



João Carlos Ferraz, do BNDES, durante evento promovido pelo Instituto Ethos

Divulgação



Crianças do projeto Educando com Música durante apresentação

## Fórum Social Mundial

Entre os dias 27 de janeiro e 1º de fevereiro aconteceu o Fórum Social Mundial (FSM), evento aberto que estimula o debate, a troca de experiências e a articulação entre organizações e movimentos em nível internacional pela construção de um mundo mais democrático e justo. A edição de 2009 foi realizada em Belém do Pará, e os principais assuntos discutidos foram a Amazônia e a crise econômica mundial. A previsão de 120 mil participantes foi superada, alcançando 133 mil pessoas. Entre eles, 1,4 mil quilombolas e 1,9 mil indígenas, a maior participação desses segmentos de todas as edições do FSM. Representantes do Oriente Médio também estiveram presentes, lembrando a situação em Gaza. Em 2010, o FSM vai acontecer de forma descentralizada, sem uma cidade-sede.

 [www.fsm2009amazonia.org.br](http://www.fsm2009amazonia.org.br)

## Desmatamento em queda

O desmatamento na Amazônia caiu 82% entre agosto e dezembro de 2008, comparado ao mesmo período de 2007. Esses dados são do Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia (Imazon), que fez o estudo por meio de monitoramento por satélite. Foram registrados 635 km<sup>2</sup> de desmate nos meses pesquisados, contra quase 3.433 km<sup>2</sup> no mesmo intervalo em 2007. No entanto, o desmatamento pode ser muito maior, porque a região estava encoberta por nuvens que dificultaram o trabalho dos satélites. Segundo o ministro do Meio Ambiente, Carlos Minc, a redução se deve às ações do governo, como os embargos e leilões de boi e madeira pirata, e não à crise financeira internacional.

 [www.imazon.org.br](http://www.imazon.org.br)

## Perspectivas econômicas no Brasil

Com o objetivo de discutir o cenário econômico no país, o Instituto Ethos promoveu o Debate sobre Perspectivas Econômicas em 2009 para o Brasil. No evento, estavam presentes José Eli Veiga, professor titular do departamento de economia da FEA-USP, John Welch, economista do Banco Itaú, Sérgio Besserman Vianna, professor da PUC-RJ, e João Carlos Ferraz, diretor de planejamento e especialista em crise do BNDES. Na ocasião, foram discutidas questões sobre como a responsabilidade social empresarial pode contribuir para superar os problemas econômicos do momento atual e quais os impactos esperados para as empresas.

 [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)

## Educação pela música

A primeira escola rural de música do sul do país, em São Pedro de Alcântara, Santa Catarina, completou três anos em 2008. O projeto Educando com Música, que disponibiliza aulas semanais gratuitas de violino, viola, violoncelo, contrabaixo, piano, flauta doce, teoria musical, história da música e prática de orquestras possui 47 alunos da comunidade rural. Em 2009, a primeira turma concluirá a Formação Básica de Instrumentistas e passará a integrar a orquestra da cidade. O projeto conta com o apoio da Dígito, empresa de tecnologia para telecomunicações, e tem incentivos fiscais da Lei Rouanet. A Camerata Florianópolis, orquestra local, apoia o projeto na parte didática, coordenação artística, produção e administração.

 [www.digitro.com](http://www.digitro.com)





Crianças atendidas pelo projeto de alfabetização funcional



Camisetas pintadas por crianças e jovens em evento contra a exploração sexual de crianças e adolescentes

## Falta de liberdade

De acordo com a organização norte-americana Freedom House, Angola é o país que goza de menos liberdade entre as nações lusófonas; isso quer dizer que são menores os direitos políticos e liberdades cívicas da população. A Associação Justiça, Paz e Democracia (AJPD) do país considera importantes os alertas sobre a aplicação dos direitos, embora o governo local tenha realçado os avanços que já foram feitos até o momento no que diz respeito à vida, à alimentação e à educação. O documento foi resultado de uma pesquisa feita anualmente com 193 países para medir a liberdade dos indivíduos, ou seja, a oportunidade de agir com espontaneidade fora do controle governamental.

 [www.freedomhouse.org](http://www.freedomhouse.org)

## Cooperação técnica

Um acordo de cooperação técnica entre a Alfabetização Solidária e São Tomé e Príncipe foi renovado para a execução da quinta fase do projeto, em parceria com a Agência Brasileira de Cooperação (ABC). Considerado referência no país, o projeto proporcionou a abertura de salas de alfabetização em todos os distritos, além de permitir o acolhimento dos egressos dos cursos de alfabetização dentro das políticas de educação continuada de jovens e adultos, graças à institucionalização promovida pelo governo. A quinta fase terá três anos de duração e há estimativas de atendimento a 110 turmas, das quais 18 serão voltadas para a capacitação contextualizada de mulheres, jovens e adultos de comunidades agrícolas e piscatórias, e 20, para atividades profissionalizantes.

 [www.alfasol.org.br](http://www.alfasol.org.br)

## Alfabetização funcional

O Movimento Reabilita Rio, que congrega três entidades de apoio ao deficiente, criou um projeto de alfabetização funcional para deficientes intelectuais, que está sendo realizado na Sociedade Beneficente de Anchieta (SBA). O objetivo do projeto é viabilizar o desenvolvimento com cidadania, conduzindo jovens a adquirir técnicas de leitura, escrita e cálculo como meio de integrá-los à comunidade. Além disso, pretende ampliar o vocabulário, para que haja um enriquecimento na comunicação e no raciocínio. O ensino fundamental no país não prioriza os portadores de deficiência, e por isso o projeto surgiu. De acordo com a pesquisa *Retratos da deficiência no Brasil*, as pessoas com deficiência concluem com menor frequência as séries em idade adequada, interrompendo o processo educacional na fase da alfabetização.

 [www.mrr.org.br](http://www.mrr.org.br)

## Denúncias contra violência infantil

Em 2008, o Serviço Nacional de Denúncia registrou um aumento superior a 30% no encaminhamento de comunicados ligados ao abuso e exploração sexual de crianças e adolescentes em relação a 2007. O atendimento, conhecido como Disque 100, é coordenado pela Secretaria Especial dos Direitos Humanos (SEDH), e, no ano passado, foram recebidas mais de 30 mil denúncias. Para Leila Paiva, coordenadora do Programa de Combate à Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes, esse fato se deve à maior conscientização do povo brasileiro, e ainda destaca que 80% das vítimas são meninas. Após serem recebidas, as denúncias são encaminhadas para o Conselho Tutelar e para o Ministério Público. Em caso de emergência, a polícia é acionada.

 [www.sedh.gov.br](http://www.sedh.gov.br)

## Encontro global

A Dubai Cares, organização com sede na cidade de mesmo nome, coordenou o primeiro de uma série de fóruns de discussão sobre a interligação de programas de tratamento de água e ensino fundamental nos países em desenvolvimento. O encontro aconteceu em Nova York e reuniu a Dubai Cares com parceiros importantes, como o Unicef, Save the Children, Oxfam, Care International e Water Aid para definir indicadores estatísticos e discutir os temas abordados. O objetivo é ajudar a definir a agenda global de intervenções de impacto e eficiência para atingir as metas de desenvolvimento do milênio, das Nações Unidas até 2015.

 [www.dubaicarees.ae](http://www.dubaicarees.ae)

## Campanha pela educação

A Ação Comunitária iniciou uma campanha pela educação, com o apoio da agência Fischer América. A organização, que desenvolve programas inclusivos de educação para crianças e jovens, tem como objetivo atrair novos parceiros para apoio a turmas em comunidades de São Paulo. A campanha pretende desenvolver imagens de impacto que levem à reflexão sobre a vida de crianças que vivem na rua e a reversão da situação por meio do investimento em educação. A Ação Comunitária atendeu 6 mil crianças e jovens em 35 comunidades na periferia da Zona Sul de São Paulo em 2008. A expectativa é incentivar empresas ao apoio de 16 novas turmas do Programa Preparação para o Trabalho e de dez do Crê-Ser, beneficiando aproximadamente 600 crianças e jovens.

 [www.acaocomunitaria.org.br](http://www.acaocomunitaria.org.br)



# Desenvolvimento pela inovação

Segundo especialista argentino, agir com criatividade é essencial para mais sucesso na comunicação

Por Thaís Iannarelli

**M**arcelo Iniarra Iraegui, nascido em Buenos Aires, é um profissional de marketing com mais de 20 anos de experiência no setor social. Atualmente, tem sua própria consultoria, cuja missão é levar conselhos e inspiração a organizações do mundo na área de comunicação. Seu objetivo é incentivá-las a fazer diferente, ou seja, assumir riscos e atuar de forma criativa para atingir resultados eficazes.

Já foi gerente de captação de recursos e inovação de campanhas pelo Greenpeace internacional, onde ganhou reputação como um dos pioneiros na mobilização de recursos on-line. “Por que precisamos fazer tudo sempre do mesmo jeito? Trabalho com meus clientes para tentar encontrar maneiras diferentes de conseguir o envolvimento social do público”, diz Marcelo, que, agora, vê o telefone celular como uma ferramenta eficiente de divulgação, já que muitas pessoas possuem o aparelho.

Marcelo dá palestras pelo mundo sobre campanhas digitais como meio de atingir a motivação do público, e já colaborou com textos para livros relacionados à atividade de captação de recursos. À **Revista Filantropia**, falou sobre sua área de atuação e sobre o conceito tão explorado por ele: a inovação.

**Revista Filantropia: Como começou seu envolvimento nas causas sociais?**

**Marcelo Iniarra:** Desde meu envolvimento com o meio ambiente, quando era guia turístico de passeios ambientais para crianças. Depois, passei ao trabalho político e ao de captação de recursos, com forte componente de participação pública. Trabalhei na WWF, na Argentina, na Amigos da Terra e no Greenpeace por mais de 20 anos na área de captação e também de inovação nas campanhas ambientais. Agora, tenho minha própria consultoria internacional de estratégias de marketing. Gosto de me definir como um mobilizador público que traz as pessoas

do lado da indiferença para o lado da ação, com a participação em causas sociais. Isso pode se dar de várias maneiras, contanto que exista a expressão da cidadania.

**RF: A que se deve o seu reconhecimento como um dos pioneiros em captação de recursos on-line e campanhas de marketing?**

**MI:** Comecei na Argentina em 1996 sem saber que era pioneiro. Depois, descobri que nosso trabalho tinha relevância internacional pelo modelo de participação na defesa do meio ambiente pela internet, que conseguia alcançar cada vez mais pessoas.



**RF: Como você passou a utilizar os telefones celulares como um canal de marketing?**

**MI:** Eles são, sem dúvida, ferramentas poderosas para criar um engajamento social muito democrático, atingindo setores sociais que a internet não atinge. É um instrumento que pode ser utilizado em tempo real e para todas as causas. O mundo possui aproximadamente 3,5 bilhões de linhas de aparelhos celulares, enquanto a internet alcança por volta de 1,3 bilhões de usuários, ou seja, há um *gap* de 2 bilhões de pessoas. Pelo telefone, podemos mandar mensagens de texto, por exemplo, para engajar pessoas em diferentes causas.

**RF: Seu diferencial é promover o marketing social com “inovação”. O que isso significa exatamente?**

**MI:** O setor social é conservador, e só com uma proposta inovadora podemos mudar as tendências negativas da área. Por isso estou lançando um jogo on-line global chamado “Innophoria”, com o objetivo de promover a inovação social. A primeira etapa se baseia na criação de um jogo, com atividades em prol das organizações, por meio da interação com os personagens do site. Assim, quem jogar poderá conhecer as barreiras para ações inovadoras e os atalhos para superá-las.

**RF: Você considera que as organizações sociais em geral estejam prontas para isso?**

**MI:** Sim, é necessário, e o momento é agora. Acho que o setor corporativo fica muito mais perto da inovação. O Google, por exemplo, faz um investimento na inovação de 13%, e a Microsoft, de 14%. As organizações também precisam investir pelo menos uma pequena porcentagem nisso e devem jogar com novas ideias, novos projetos para mudar a realidade.

**RF: E essa atitude é viável mesmo nos países em desenvolvimento?**

**MI:** Em países como o Brasil a inovação é mais simples, porque a cultura permite isso. Basta olhar como a publicidade é criativa, por exemplo. Só penso que seja necessário que as organizações do Terceiro Setor assumam mais riscos, para ter chances de alcançar resultados diferentes.

**RF: Quais são as estratégias inovadoras de marketing que você aconselha aos clientes para melhorar a atuação?**

**MI:** Não há fórmulas. Inovação não é imitação. O importante é usar a criatividade.

## Innophoria

Innophoria: sentimento sublime de criatividade alcançado por meio da inovação. Essa definição não é encontrada no dicionário, mas no site criado por Marcelo Iñarra, que traz um jogo on-line para promover a integração entre organizações e chegar a atividades criativas que levem ao desenvolvimento.

Por meio do cadastro no site, os participantes ajudam dois personagens fictícios, Joe e Lucy, a pensar em estratégias criativas para melhorar a atuação de suas organizações sociais. Assim, os jogadores postam exemplos de experiências positivas e negativas que já tiveram em suas instituições, que acabam servindo de modelo para as outras.

Instituições da Argentina, Chile e Reino Unido já começaram a “brincadeira” e deixaram seus posts:

### Comentário negativo

- Recentemente, tivemos uma ideia para uma campanha internacional que foi severamente afetada pela falta de comprometimento e continuidade pelos líderes do projeto. (Argentina)

### Comentário positivo

- Há alguns anos, investimos em uma campanha de captação de recursos com telefones celulares. Até agora, a resposta tem sido positiva e nós, finalmente, estamos progredindo. (Chile)




 [www.innophoria.com](http://www.innophoria.com)

**RF: Algum exemplo, então, de algo que já foi feito?**

**MI:** Em 2006, lançamos a primeira rede social global com o Greenpeace internacional para a defesa das baleias. Assim, convidamos as pessoas a enviar ideias para acabar com a caça na Antártida e criamos uma espécie de Orkut para essa discussão. Isso aconteceu há dois anos. Atualmente, estou criando a estratégia global de celulares, também com o Greenpeace.

**RF: Quando se fala em sustentabilidade das organizações, qual é o papel do marketing social nesse processo?**

**MI:** Acho que o marketing social é só uma parte da sustentabilidade. As instituições precisam pensar também em propostas criativas que gerem, de fato, a mudança social. É preciso pensar nas propostas como um forte componente criativo. Se você tem isso, a sustentabilidade está garantida. Para mim, na América Latina, as organizações já agem com mais criatividade para a captação de recursos. A América do Norte e a Europa, por exemplo, são regiões muito mais conservadoras. 

“O setor social é conservador, e só com uma proposta inovadora podemos mudar as tendências negativas da área”

  
[www.marceloiniarra.com](http://www.marceloiniarra.com)

# Direto ao **ponto**

Ações de marketing direto levam informações às pessoas certas, tornando a captação de recursos mais eficaz



Marcio Zeppelini

[marcio@zeppelini.com.br](mailto:marcio@zeppelini.com.br)

Consultor em comunicação para o Terceiro Setor, editor da Revista Filantropia, produtor editorial pela Universidade Anhembi Morumbi e diretor executivo da Zeppelini Editorial & Comunicação.

“Só existe uma estratégia vencedora: definir claramente o público-alvo e dirigir atenção especial a ele”. A afirmação é de Philip Kotler, guru americano do marketing, e define o sentido da expressão “marketing direto” com clareza. Assim, no Terceiro Setor, isso significa tornar cada colaborador um indivíduo, relacionando-se diretamente com ele de maneira que haja uma “comunicação-diálogo, e não uma propaganda-monólogo”, como definiu o também profissional de marketing, Drayton Bird.

Para as organizações sociais, isso pode ser traduzido como um bom relacionamento com parceiros e doadores. A ação de marketing deve ser voltada para eles por meio de iniciativas que falem diretamente com cada um. “A utilização do marketing direto como estratégia de comunicação nas instituições pode ser muito produtiva, se bem executada. É uma forma de contato de médio e longo prazo muito proveitosa”, explica Marcus Hoenen, gerente geral da Full Jazz Propaganda.

A Newdbase, especializada em Database Marketing, é um exemplo de empresa que dá suporte a instituições sociais com seu know-how sobre o assunto. “Basicamente, oferecemos dois serviços: o de ações de segmentação de perfis de doadores para captação de recursos, com embasamento em pesquisas de mercado para diferenciar o doador do potencial doador; e o de tratamento, higienização, atualização e enriquecimento de dados da base do cliente que, por vezes, torna-se desatualizada ou incompleta”, explica Mônica Navarro, diretora da empresa.

## Entrando em contato

De acordo com a Associação Brasileira de Marketing Direto (Abemd), por marketing direto entende-se a comunicação que “se utiliza de uma ou mais mídias para obter uma resposta ou transação mensurável junto a públicos específicos, ou simplesmente gerar uma ação

de relacionamento que gere encantamento junto ao público visado”.

Isso significa que as atividades dessa categoria de marketing estimulam um retorno do receptor da mensagem, por meio de cupons ou cartas-resposta, por exemplo. Por isso, a comunicação do marketing direto consiste em conquistar nomes e manter o relacionamento contínuo com os que já foram conquistados.

A pergunta é: como fazer para chegar a esses nomes? Por meio de ações de captação de recursos, como a divulgação planejada da instituição em eventos e feiras, um site bem desenvolvido, mala-direta e propaganda. O importante, porém, é executar essas ações sempre com ferramentas de resposta: cadastro no site, cupons para preenchimento de dados, entre outros. Dessa maneira, é possível ativar o relacionamento e incentivar a participação dessas pessoas no dia-a-dia do trabalho da organização.

“O marketing direto deve ser utilizado com planejamento de comunicação completa, ou seja, a campanha deve ter um objetivo definido para um público direcionado e uma comunicação adequada”, explica Navarro. “Isso tudo deve ser bem estruturado, levando-se em conta que o retorno sobre investimento deve ser sempre positivo. É nisso que baseamos o sucesso de uma campanha”, complementa.

É necessário manter esse relacionamento conquistado por meio da comunicação dirigida – ou seja, específica para aquele tipo de público, que pode ser todo o banco de dados ou segmentos dele, de acordo com os interesses. Aqui, podem ser utilizados catálogos, newsletters, telemarketing ativo, cartas de agradecimento e convite para eventos. Outra iniciativa interessante é sempre convidar o colaborador para conhecer o trabalho realizado pela organização, fato que dá ainda mais credibilidade às atividades e, ainda, estreita os laços da parceria.

## Fases do marketing direto

Para aplicar técnicas do marketing direto com eficiência, é recomendável que a organização tenha profissionais da área em busca de resultados positivos. Para sua implantação, existem alguns passos importantes a serem seguidos:

- Fazer o diagnóstico, ou seja, entender as necessidades da organização;
- Definir os objetivos, como a conquista de apoiadores, fidelização e captação de recursos;
- Definir o público-alvo: quem se quer atingir, em que quantidade, onde encontrar os nomes desejados e qual mailing utilizar;
- Analisar o que será enviado: folders, newsletters, brindes etc.;
- Verificar em que contexto a ação está inserida, o que será comunicado e como será a abordagem;
- Escolher que veículos de comunicação serão utilizados para atingir o público-alvo;
- Optar por canais de resposta para a comunicação dos apoiadores;
- Identificar o momento de colocar a ação em prática;
- Calcular o custo e o retorno do investimento;
- Mensurar os resultados da ação;
- Organizar todas as atividades necessárias para o atendimento adequado dos apoiadores que aparecerem devido à ação do marketing direto;
- Acompanhar e controlar os rumos da ação para seu constante aperfeiçoamento.

Atuando com o Terceiro Setor, a Newdbase ajuda as organizações com a profissionalização desses passos. “Recentemente fizemos ações para a Aldeias Infantis, Graacc, Unicef, Mater Maria Ecclesiae e, principalmente, para a Apae, que nos proporcionou um mapeamento

## Principais objetivos do marketing direto:


- Divulgação da marca ao público-alvo definido;
- Diminuição da dispersão da verba destinada à comunicação externa;
- Obtenção de resultados mensuráveis;
- Maximização da captação de recursos.

completo de pesquisas de mercado. Isso nos ajudou a entender melhor o perfil psicológico e sociodemográfico dos ‘doadores efetivos’”, conta Navarro.

## Valorização do indivíduo

Ao identificar os possíveis colaboradores de uma organização, é essencial conhecê-los individualmente, saber de suas preferências e personalidades. Assim, é possível estreitar o relacionamento e fidelizar os apoiadores.

Essas informações devem ser mantidas em um banco de dados. Atualmente, com a facilidade de administrar e adquirir informações, é possível formar esses bancos com grupos de dados por similaridade, atuação ou outros critérios de divisão. É muito proveitoso utilizar a facilidade da internet para manter esse contato com os colaboradores.

De acordo com a teoria de Drayton Bird, “se a empresa não usa marketing direto, a sua propaganda é um monólogo repetitivo, ainda que tenha criatividade e dê leões em Cannes. Mas, se a empresa usa um processo de marketing direto, então a sua comunicação é um diálogo, ou seja, ela fala às pessoas e ouve essas mesmas pessoas, continuamente”. O mesmo serve para as organizações do Terceiro Setor. Os colaboradores e apoiadores querem se comunicar com a instituição, de modo que fiquem informados do que acontece e, ao mesmo tempo, possam participar das atividades realizadas. 

Links   
www.abemd.org.br  
www.newdbase.com.br



Assessoria  
Empresarial e Contábil

Rua do Ouvidor, 130 - sala 614 - Centro  
Rio de Janeiro - RJ - Cep 20040-030  
Tel.:(21) 2210-0859 Fax. (21) 2508-6649

## SUA CONTABILIDADE DO TERCEIRO SETOR NO RIO DE JANEIRO

### Serviços Contábeis Especializados no 3º Setor

- Assessoria de Recursos Humanos do terceiro Setor e Voluntários
- Qualificação do Terceiro Setor: OSCIP, U.P. e outros;
- Assessoria, planejamento e prestação de contas de projetos para Financiadores
- Controle automático e renovação de Certidões Negativas



Informações pela Web com total segurança

[www.r2assessoria.com.br](http://www.r2assessoria.com.br)



# Uma boa história mobiliza

Como a habilidade de contar boas histórias pode captar mais recursos para sua causa

*"Eu vou te contar uma história  
Agora atenção  
Que começa bem no meio da palma da tua mão  
Bem no meio tem uma linha ligada ao coração  
Quem sabia dessa história antes mesmo da canção?  
Dá tua mão, dá tua mão, dá tua mão..."*  
(Palavra Cantada)



Rodrigo Alvarez

[rodrigo@resource-alliance.org](mailto:rodrigo@resource-alliance.org)

Vice-presidente de Desenvolvimento Institucional da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR), responsável pela área de negócios e mobilização de recursos do Instituto Elos e consultor da The Resource Alliance no Brasil.

Você se lembra da história de uma mãe no *tsunami* asiático de 2004 que, agarrada a seus dois filhos em meio à onda gigante, teve de escolher somente um para salvar? Lembro-me muito bem disso como algo que me aterrorizou e me conectou à causa da reconstrução daqueles países após a tragédia. Eu queria saber quem era aquela mãe, o que ela estava sentindo e se havia encontrado o corpo do outro filho. Felizmente, a história teve um final feliz, e tanto a mãe quanto os dois filhos sobreviveram.

Naquele momento, tínhamos a informação de que mais de 200 mil pessoas já haviam morrido no *tsunami*. Porém, a história de vida de uma pessoa teve o poder de me vincular de forma marcante ao ocorrido. Não que eu não soubesse que 200 mil pessoas já tinham morrido, mas isso não fez com que algo dentro de mim se mexesse. Que poder é esse que existe nas histórias de vida das pessoas que nos conecta? O que tem nessa história e em várias outras que nos mobiliza e nos faz prestar mais atenção?

## A arte de contar histórias

O poder das histórias é universal e ancestral. Índios, africanos, americanos, ricos, pobres, crianças, velhos,

todos nós somos apaixonados por uma boa história. *Sherazade* e *As mil e uma noites*, os irmãos Grimm e seus fabulosos clássicos infantis, como *Branca de Neve*, ou Monteiro Lobato, com seu *Sítio do Picapau Amarelo* povoam nossa imaginação desde crianças e marcam nossas vidas de uma forma linda e definitiva.

Mas o que isso tudo tem a ver com mobilização de recursos para causas? Será que somos capazes de envolver pessoas da mesma forma como *Sherazade* fez com o rei por 1.001 noites?

O poder das histórias já faz parte da atenção de experientes mobilizadores de recursos por todos os cantos do planeta. Isso se justifica porque descobrimos há tempos que o processo de mobilização de recursos se dá em um nível pessoal. Em outras palavras, se resume a pessoas falando com pessoas.

Além disso, também sabemos que, hoje, aproximadamente 75% dos recursos para o Terceiro Setor vêm de pessoas. Sim, pessoas! Não são empresas, fundações ou o governo que mantêm o setor social no mundo todo. São pessoas. E esse percentual aumenta a cada dia.

Parte desse aumento no número de pessoas contribuindo com as causas no mundo tem a ver com a raiz do enriquecimento nas últimas décadas. Como cada vez



mais os novos milionários são aqueles que construíram suas fortunas do zero, eles costumam ser tão gratos que querem devolver o que ganharam em forma de doações; diferente de uma ou duas gerações anteriores à nossa, quando as fortunas eram mais frequentemente fruto de herança da família. Claro que isso não é uma regra absoluta, mas a tendência é: quem recebe um patrimônio da família, sente-se responsável por manter e aumentar esse patrimônio; quem conquista um patrimônio do mundo, sente-se estimulado a devolver o presente, muitas vezes em forma de doação.

No Ocidente, sob influência da cultura de massas, vive-se em uma realidade individualista e com pouco espaço para a dimensão humana. Perdemos a conexão com a família, com nossa espiritualidade e com a natureza. E sentimos muito a falta disso. As histórias nos trazem de volta, de uma só vez, à ligação com a família, com a espiritualidade e, muitas vezes, também com a natureza. Por isso elas são tão poderosas. Trazem-nos de volta um sentimento de comunidade e são carregadas de sabedoria e de coisas que deixamos no passado. Elas contêm vida condensada.

É fácil notar como isso tudo se torna estratégia de mobilização de recursos. Basta navegar por algumas páginas da *web* das maiores ONGs do mundo. A Visão Mundial, Save The Children, Catholic Relief Services, Médicos Sem Fronteiras, juntas, arrecadam perto de U\$ 5 bilhões por ano. A Visão Mundial arrecada, sozinha, U\$ 2.1 bilhões e é a que mais “abusa” do poder das histórias da vida de pessoas que são transformadas por sua ação.

No último International Fundraising Congress (IFC), maior congresso de mobilização de recursos do mundo, realizado todos os anos desde 1981 na Holanda pela The Resource Alliance, o tema *storytelling* (contar histórias) foi central, a ponto da plenária de abertura ser um relato de quatro ótimos contadores de histórias sobre suas vidas e de como eles haviam se tornado exímios mobilizadores de recursos utilizando tal ferramenta.

Nesse congresso, participei de uma oficina cujos pontos centrais foram extraídos do livro *Made to stick – Why some ideas survive and others die*, dos irmãos Chip e Dan Heath, já traduzido para o português com o título “Ideias que colam”. O livro foi fruto do estudo de um dos autores, professor da Universidade de Stanford, sobre lendas urbanas e teorias da conspiração e seu poder de sedução. Na publicação, os autores sustentam que para uma ideia realmente “pegar”, é preciso que atenda a seis princípios básicos:

## Prêmio Uma boa história mobiliza – sua história vale um prêmio?


Para colocar em prática a arte de contar histórias, a **Revista Filantropia** e a Resource Alliance vão lançar, em abril, o prêmio Uma boa história mobiliza, para avaliar relatos que envolvam a captação de recursos e a comunicação de um projeto social. O objetivo é trocar experiências interessantes sobre mobilização de recursos no Brasil e estimular novas iniciativas. Para concorrer, basta contar a sua história, de sucesso ou não, que tenha gerado aprendizado para a organização. Já fica aqui a dica: os critérios analisados serão baseados no conteúdo deste artigo.

A Resource Alliance, parceira da **Revista Filantropia** na iniciativa, é uma organização com sede na Inglaterra e representações em países como Brasil, Quênia, Índia e Malásia. Sua missão é apoiar organizações da sociedade civil do mundo a construir sua sustentabilidade financeira. Aguardem, em breve, mais informações sobre o prêmio.

- Ser **SIMPLES** e **ACESSÍVEL**, para que todos possam entendê-la com facilidade;
- Ser **INESPERADA**, para provocar interesse;
- Ser **CONCRETA**, para ser percebida sem ambiguidades ou abstrações;
- Ser **CRÍVEL**, de modo a evitar o ceticismo e ganhar crédito;
- Ser **EMOCIONAL**, para sensibilizar e deixar uma lembrança forte.

E, finalmente, precisa ser uma boa história, que envolva pelo menos um dos três tipos de enredo que conseguem fisgar praticamente qualquer plateia: exemplos de desafio (a luta contra uma situação desvantajosa, como Davi e Goliás), fortes conexões (um relacionamento sem barreiras, como Romeu e Julieta) e criatividade aguçada (relatos inspiradores, como a maçã de Newton).

Dito isso, é importante fazer uma revisão no site, no folder e em outros materiais de comunicação, além de questionar se eles são tão sedutores quanto uma lenda urbana. É possível revisar as estratégias de mobilização de recursos e checar se são tão criativas quanto uma história de suspense policial. E pode-se, enfim, avaliar se a forma de contar ao mundo o que se faz não está centrada no próprio umbigo!

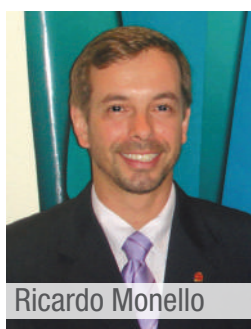
Definitivamente, mobilizar recursos tem forte relação com dar um passo para fora de casa. É olhar o mundo e procurar saber como mobilizá-lo. Isso não significa necessariamente apenas dizer o que você faz, mas aprender a dizer isso de uma maneira contagiante. A habilidade de contar histórias tem muitos elementos nessa direção. E sejamos felizes para sempre! 

Links 

[www.crs.org](http://www.crs.org)  
[www.doctorswithoutborders.org](http://www.doctorswithoutborders.org)  
[www.madetostick.com](http://www.madetostick.com)  
[www.savethechildren.org](http://www.savethechildren.org)  
[www.worldvision.org](http://www.worldvision.org)

# Concessão de bolsas de estudo

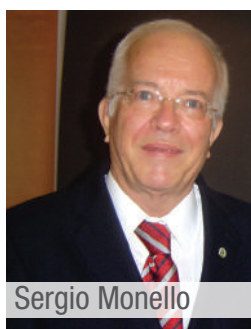
## Funcionários de instituições de ensino seus dependentes e o direito a bolsas escolares



Ricardo Monello

atendimento@sergiomonello.com.br

Advogado, contador e auditor, é membro da Audisa Consultoria e Auditoria para o Terceiro Setor, da Advocacia Sergio Monello e da Comissão de Direito do Terceiro Setor da OAB/SP. Atua como editor da Revista Filantropia.



Sergio Monello

atendimento@sergiomonello.com.br

Advogado, contabilista, professor, Saleiano cooperador, sócio da Advocacia Sergio Monello e do Escritório Contábil Dom Bosco.

A fiscalização da Secretaria da Receita Federal do Brasil (SRFB) interpreta que bolsas de estudo concedidas a dependentes de empregados, professores e auxiliares da administração escolar se constituem em salário de contribuição com base no artigo 28, inciso I da lei nº 8.212/91. Essa interpretação em relação ao contido neste dispositivo legal é substancialmente ampliada, porque os auditores entendem que essas bolsas de estudo se constituem em salário *in natura*. Essa é uma visão equivocada, tendo em vista que esse benefício tem natureza jurídica unicamente social.

As bolsas de estudo concedidas a filhos ou dependentes de empregados não se constituem em salário *in natura* ou remuneração de qualquer natureza em decorrência das decisões dos tribunais, da própria lei nº 8.212/91 e consoante à lei nº 10.243/2001. Houve pacificação quanto às várias interpretações errôneas sobre bolsas de estudo com o advento da lei nº 10.243 que, em seu art. 2º, deu nova redação ao art. 458 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT): *“Para os efeitos previstos neste artigo, não serão consideradas como salário as seguintes utilidades concedidas pelo empregador: I – vestuários, equipamentos e outros acessórios fornecidos aos empregados e utilizados no local de trabalho, para a prestação do serviço; II – educação, em estabelecimento de ensino próprio ou de terceiros, compreendendo os valores relativos à matrícula, mensalidade, anuidade, livros e material didático”*.

Vale observar que ao excluir as bolsas de estudo do conceito de “salário”, não se restringiu que a educação pudesse alcançar os dependentes do empregado. As cláusulas de concessão de bolsas de estudo aos filhos de professores e de auxiliares da administração constituem-se em cláusulas de caráter eminentemente social, obrigatório, impositivo e coercitivo para o estabelecimento de ensino.

As bolsas de estudo oriundas de acordo ou convenção coletiva se caracterizam como obrigação da entidade em relação aos seus empregados e, portanto, são gratuidades escolares para o estabelecimento de ensino. A razão da concessão dessas bolsas de estudo é garantir aos empregados de estabelecimentos de ensino a condição de receber um dos mínimos sociais essenciais: a educação. Esse é o entendimento do Superior Tribunal de Justiça (STJ) ao julgar o recurso especial nº 729.901, que reformou o Acórdão da Segunda Turma do Tribunal Regional Federal da 1ª Região.

As bolsas concedidas aos filhos de professores e auxiliares da administração não possuem caráter remuneratório e não se vinculam para nenhum efeito ao recebido pelo empregado, de acordo com que dispõe o decreto-lei nº 1.422, de 23 de outubro de 1975, e a medida provisória nº 1.607-17 de 29 de abril de 1998, convertida na lei nº 9.766, de 18 de dezembro de 1998, que trata do salário-educação.

Destaca-se ainda que, assim como o Regulamento do Imposto de Renda (decreto federal nº 3.000/99), a bolsa de estudo se caracteriza como benefício exclusivo



# Sergio Monello

## Escritório Contábil Dom Bosco

Mais de **40 anos** de exclusivo compromisso com as entidades do 3º setor

para o empregado, seus filhos ou dependentes legais, a título de proporcionar-lhes o estudo, e não representa para o empregador nenhuma vantagem. É um benefício concedido em regra, através de acordo ou convenção coletiva a favor do empregado para o seu aperfeiçoamento cultural, de seus filhos ou dependentes legais.

Igualmente, como entender que um estabelecimento de ensino não possa disponibilizar bolsas de estudo aos filhos de seus empregados, pois, se as conceder, pode sofrer o peso da incidência previdenciária e demais custos inerentes a essa concessão? O inciso I do art. 28 da lei nº 8.212/91 define que se entende por remuneração a totalidade dos rendimentos pagos a qualquer título, mas também afirma que tais pagamentos devem ser destinados a retribuir o trabalho, enquanto a lei nº 10.243/2001 excetua essas bolsas de estudo do alcance dos itens que integram a remuneração.

Deve-se salientar que o fato gerador da contribuição previdenciária incidente sobre a folha de salários e demais rendimentos e a contribuição do empregado ocorrem com a efetiva prestação do serviço, quando então surge para a organização ou empresa o dever de remunerar o trabalhador. Esta é a inteligência dos artigos 22, inciso I, 28 e 30, da lei nº 8.212. As bolsas de estudo concedidas não se destinam a retribuir o trabalho, e ainda não se tem notícia de que algum empregado, por tal motivo, tenha pedido equiparação salarial.


Nesse sentido, a Justiça do Trabalho também afastou a natureza salarial das bolsas de estudo de filhos de empregados, conforme se depreende do Acórdão em dissídio coletivo proferido pela seção especializada do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região: *“Por maioria de votos, julgar procedente o presente feito para declarar que o benefício concedido pelos suscitantes através da cláusula 18ª da convenção coletiva em vigor (gratuidade de ensino), possui natureza jurídica unicamente social, não podendo ser caracterizada como salário in natura, vencidos os Exmos. Juízes Nelson Nazar e Wilma Nogueira*

*de Araújo Vaz da Silva, que extinguiram o processo, sem julgamento do mérito, e apresentarão declaração de voto. Custas pelos suscitados, sobre o valor de R\$ 3.000,00”.*

Certo é que a bolsa de estudo concedida ao empregado ou seu dependente passa longe de constituir-se em remuneração, mas confirma o seu caráter social, pois se o empregado não a tivesse, talvez não estudasse. É importante repetir que empregados beneficiados ou seus filhos não têm com isso ganho financeiro ou material, mas um acréscimo cultural e intelectual para suas vidas pessoais.

O STJ decidiu no recurso especial nº 921.851 (2007/0023634-1) que os valores despendidos pelo empregador a título de bolsas de estudo destinadas a seus empregados ou aos seus filhos não integram a base de cálculo da contribuição previdenciária. Assim, tomase para reflexão a lei nº 11.096/2005, que estabeleceu o Programa Universidade para Todos (Prouni), que possibilita, inclusive, que as bolsas concedidas a empregados ou dependentes sejam registradas como gratuidades escolares, em atendimento às exigências para manutenção do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (Ceas/Cebas).

Segundo o art. 12, “Atendidas as condições socioeconômicas estabelecidas nos parágrafos 1º e 2º do art. 1º desta lei, as instituições que aderirem ao Prouni ou adotarem suas regras de seleção poderão considerar como bolsistas do programa os trabalhadores da própria instituição e dependentes destes que forem bolsistas em decorrência de convenção coletiva ou acordo trabalhista, até o limite de 10% das bolsas Prouni concedidas”. Pois bem, aquilo que é gratuidade tem caráter de assistência social, e como tal não se aplica ao conceito de remuneração.

Portanto, entende-se que as bolsas de estudo concedidas não devem ser consideradas como fato gerador de contribuições previdenciárias, devendo inclusive ser avaliadas e registradas contabilmente como fruto das ações de assistência social e responsabilidade social da entidade concedente. 

Empregados beneficiados ou seus filhos não têm com isso ganho financeiro ou material, mas sim, um acréscimo cultural e intelectual para suas vidas

- ▶ Especializado em contabilidade de entidades do 3º setor
- ▶ Assessoria *in company*: tenha o departamento contábil com a qualidade Dom Bosco em sua entidade. Terceirização da gestão fiscal e financeira com sistema ERP
- ▶ Assessoria na obtenção e gerenciamento das certificações
- ▶ Assessoria em departamento pessoal
- ▶ Assessoria na elaboração e gestão de programas, projetos e gratuidades assistenciais

**(11) 3872-1195**

São Paulo

Av. Gal. Olímpio da Silveira, 655 1º e 2º andar  
Perdizes – São Paulo/SP - CEP 01150-001

[www.sergiomonello.com.br](http://www.sergiomonello.com.br)

Filial Brasília - Centro Multiempresarial

SRTVS , Quadra 701, Bloco O, sala 611  
Brasília/DF - CEP 70340-000



# Apuração e registro contábil

## Evidenciar a isenção das contribuições sociais ajuda na contabilidade



Ivan Pinto

ivan@audisa.net

Contador, perito contábil e auditor com mais de 12 anos de experiência em entidades do Terceiro Setor, filantrópicas ou não. Sócio da Audisa Auditores Associados, é membro do colegiado de auditoria do Instituto dos Auditores Independentes do Brasil (Ibracon), do Instituto dos Auditores Internos do Brasil (Audibra) e do Institute of Internal Auditors (IA).

Colaborador:

Ricardo Monello

**A**s entidades beneficentes de assistência social se organizam por meio de associações e fundações sem finalidade lucrativa ou econômica, que prestam serviços nas seguintes frentes:

- proteção à família, à maternidade, à infância, à adolescência e à velhice;
- amparo a crianças e adolescentes carentes;
- promoção de ações de prevenção, habilitação e reabilitação de pessoas portadoras de deficiência;
- promoção gratuita de assistência educacional ou de saúde;
- promoção da integração ao mercado de trabalho.

Todas essas ações devem ser registradas e divulgadas por meio das informações contábeis. Existe uma grande variedade de tributos aos quais as instituições são imunes ou isentas, tendo como base a Constituição Federal e sua regulação pelo Código Tributário Nacional (lei complementar nº 5.172/66) e outras leis ordinárias. Para que a organização goze da isenção das contribuições sociais, é necessário que tenha o Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (Cebas) e o reconhecimento da Secretaria da Receita Federal do Brasil, conforme regulamentação.

Essas instituições possuem obrigações específicas em diversas áreas, como contábil, fiscal, previdenciária, acessórias, entre outras. O cumprimento de tais exigências faz com que elas mantenham o Cebas e, por consequência, a isenção das contribuições sociais ou previdenciárias.

A isenção abordada neste artigo é a dispensa legal do pagamento do tributo, ou seja, as contribuições. Nesse caso, existe a hipótese de incidência e de que o Estado dispense seu recolhimento. A lei nº 8.212/91, art. 55, trata das isenções destinadas às organizações que atendam suas exigências. Esse artigo remete às contribuições previstas nos artigos 22 e 23, que são:

- 20% sobre folha de salários e serviços de autônomos e individuais;
- RAT/SAT (1, 2 ou 3%);
- 15% sobre serviços prestados por cooperativas;
- Cofins – 3%;
- CSLL - contribuição social de 10% sobre o lucro líquido.

É importante lembrar também o montante de contribuições sociais para terceiros, que representa em média 5%, e o PIS à razão de 1% sobre a folha de pagamento.

### As contribuições sociais conforme a legislação

Conforme o decreto federal nº 2.536/98, para as entidades beneficentes fazerem jus ao Cebas, conforme o art. 3, no que diz respeito às contribuições sociais, devem: *VI - aplicar anualmente, em gratuidade, pelo menos 20% da receita bruta proveniente da venda de serviços, acrescida da receita decorrente de aplicações financeiras, de locação de bens, de venda de bens não-integrantes do ativo imobilizado e de doações particulares, cujo montante nunca será inferior à isenção de contribuições sociais usufruída.*

Assim, além de concederem determinado montante de gratuidades, as organizações devem, ainda, igualar ou superar as isenções de contribuições sociais usufruídas. Isso traz às entidades a necessidade de mensurar, controlar e evidenciar esses montantes (gratuidades e isenções).

### Legislação vigente

Além da legislação, as instituições devem observar as normas contábeis a elas aplicáveis aprovadas pelo Conselho Federal de Contabilidade, em especial a resolução CFC nº 877/2000, que discrimina contabilmente os valores aplicados em gratuidade e o valor das isenções de contribuições previdenciárias usufruídas.

Essa resolução aprova a Norma Brasileira de Contabilidade (NBC T) 10.19, que regulamenta os aspectos contábeis específicos para entidades sem finalidade de lucro, estabelecendo procedimentos de avaliação, registro e variações patrimoniais e estruturação das demonstrações à individualização contábil de cada atividade: doações, contribuições e subvenções. Essa norma também determina que as demonstrações contábeis devem ser complementadas por notas explicativas que contenham, pelo menos, as seguintes informações:

c) *as contribuições previdenciárias relacionadas com a atividade assistencial devem ser demonstradas como se a entidade não gozasse de isenção conforme normas do INSS.*

A partir de 2007, a Receita Federal e a Previdência Social se uniram para criar a Receita Federal do Brasil (Super Receita) e, em suas fiscalizações (representações e autuações), vem exigindo o cumprimento da resolução do CFC nº 966/03, parcialmente transcrita abaixo:

*“... evidenciação em notas explicativas das isenções de tributos e contribuições, suas receitas com e sem gratuidades de forma segregada, e os benefícios gozados.”*

Além disso, a Receita Federal entende que a falta do registro contábil das isenções usufruídas se caracteriza como omissão na contabilidade de informações obrigatórias e de fatos geradores, procedendo com autuações e cobranças. Em alguns casos, até enxerga “reflexos penais”.

Nesse entendimento, a Receita Federal do Brasil, baseada na literalidade dos artigos 22 e 23 da lei nº 8.212/91, exige a evidenciação discriminada nas notas explicativas das seguintes contribuições sociais:

- INSS sem folha de pagamento (cota patronal);
- SAT;
- Terceiros;
- INSS sem folha de autônomos;
- INSS sem prestação de serviços de cooperativas;
- Cofins sem a receita;
- Contribuição Social sem Lucro (CSLL).

A partir dessas considerações, é aconselhável que as instituições escriturem em seu sistema patrimonial e, assim, evidenciem em suas demonstrações contábeis e notas explicativas o montante da isenção das contribuições sociais usufruídas.

Quanto à Contribuição Social sobre Lucro Líquido, entende-se que é inaplicável às organizações sem fins lucrativos, pois não possuem “lucro” conforme

conceituação da legislação tributária. Igualmente, vale afirmar que essas entidades atingem, eventualmente, o superávit, fato que não deve ser confundido com lucro.

## Registro contábil das isenções usufruídas

Levando em consideração as NBCs vigentes, em consonância com as Normas Internacionais (NIC 1), pelas quais não se pode compensar ativos com passivos ou receitas com despesas, salvo alguma norma específica, demonstramos uma sugestão de contabilização das isenções usufruídas:

### Registro da despesa e obrigação:

#### Despesas não-operacionais

Grupo isenções de contribuições sociais – previdenciárias:

- D – Despesa com contribuição social – cota patronal
- D – Despesa com contribuição social – autônomos
- D – Despesa com contribuição social – cooperativas
- D – Despesa com contribuição social – terceiros
- D – Despesa com contribuição social – SAT
- D – Despesa com contribuição social – Cofins

#### Passivo circulante

- C – Contribuições sociais – patronal a pagar


### Registro da isenção usufruída e baixa na obrigação:

#### Passivo circulante

- D – Contribuições sociais – patronal a pagar

#### Receitas não-operacionais

- C – Receita – isenção de contribuições sociais – patronal – usufruída

Essa forma de contabilização faz com que a instituição demonstre a isenção usufruída sem alterar o resultado do exercício. Também cabe salientar que a rubrica “Receita – isenção de contribuições sociais – patronal – usufruída” não faz parte da receita base para o cálculo dos 20%, conforme interpretação literal do decreto federal nº 2.536/98 e diversos precedentes em pareceres da consultoria jurídica do Ministério da Previdência Social. Com o registro e a evidenciação das gratuidades e isenções, a contabilidade proporcionará melhor qualidade e segurança das informações aos gestores, ao Fisco e à sociedade em geral. 

Além de concederem determinado montante de gratuidades, as organizações devem igualar ou superar as isenções de contribuições sociais usufruídas

# Tecnologia a favor do Terceiro Setor



O voluntariado on-line abriu essa possibilidade, permitindo que as pessoas atuem sem a necessidade de comparecerem na organização social

**Q**uantas pessoas têm vontade de doar seu talento e tempo, mas encontram empecilhos no meio do caminho? Pelo menos a distância deixou de ser um problema. Basta ter acesso à internet e começar o trabalho voluntário.

Vem crescendo o número de internautas pelo país que passam a se dedicar ao voluntariado on-line, conhecido também como voluntariado sem sair de casa ou voluntariado virtual. No Brasil, há quase 65 milhões de pessoas que utilizam a internet em casa ou no trabalho. Com esse aumento e pela dificuldade que a maioria tem de encontrar tempo livre, algumas organizações sociais mesclam suas atividades presenciais e à distância.

O voluntariado on-line abriu essa possibilidade, permitindo que as pessoas atuem sem a necessidade de comparecerem na organização social. Profissionais como tradutores, assessores jurídicos, redatores, “blogueiros” e criadores de campanhas de comunicação e de logomarcas encontraram mais possibilidades de doar seu tempo, trabalho e talento sem sair de casa.

## Projeto piloto

Desde 2008, o Instituto Voluntários em Ação (IVA), de Santa Catarina, passou a incentivar o voluntariado on-line. O IVA convidou três organizações para o desenvolvimento de um projeto piloto virtual. Entre os critérios de seleção dessas instituições, dois foram fundamentais: a maneira como elas gerenciam os voluntários e a relação delas com a internet.

A partir da escolha e da prévia apresentação da proposta de trabalho, foram captados voluntários para organizações convidadas com a ajuda do Portal Voluntários On-line. Todas as organizações receberam o nome e o e-mail do voluntário para fazer o primeiro contato, intermediado pelo IVA. Entre as orientações estava um modelo de e-mail inicial, no qual constavam explicações sobre tarefas, prazos e sugestões.

## Comprometimento

O trabalho à distância exige mais disciplina da organização, que precisa orientar seus voluntários on-line com a mesma competência gerencial, porém, com o auxílio das ferramentas tecnológicas. Nesse caso, vale abusar de e-mail, telefone, grupos de discussão, salas de bate-papo e mensagens instantâneas.

Assim como no voluntariado presencial, é fundamental a presença de uma pessoa responsável pelo gerenciamento dos voluntários à distância. Esse profissional precisa ter domínio das ferramentas de informática, habilidade para responder rapidamente as mensagens do internauta, ser claro e conciso para explicar o trabalho e o que a organização espera do voluntário.

O processo de seleção e formalização do vínculo de voluntariado é, em partes, semelhante ao voluntariado presencial. Embora o contato seja feito pela internet ou telefone, precisa-se de certos instrumentos de avaliação de competências para a atividade a ser realizada, não dispensa a capacitação e, principalmente, a assinatura do termo de adesão.

Toda dinâmica de informação e envolvimento de voluntários estão sujeitos à mesma gestão. Por isso, o coordenador precisa criar maneiras de estimular e envolver cada vez mais sua equipe virtual.

É possível desenvolver clippings com conteúdo informativo, e-mails e cartões comemorativos a fim de que o voluntário se sinta parte do projeto ou da organização social. É fundamental que o fluxo de correspondência pela internet seja constante, não deixando o voluntário sem um retorno.

É comum que as pessoas se surpreendam com essa nova modalidade de voluntariado, mas é importante perceber que o ato de ser voluntário não está na presença física dentro de uma organização social, mas na capacidade de se comprometer com a causa.





# Em tempos de crise

Na onda de corte de despesas, o voluntariado mantém uma das melhores relações custo X benefício



**Q**ual impacto a crise mundial que se espalha de forma alarmante pelo mundo e que afeta a economia brasileira terá sobre as ações de responsabilidade social das empresas? Analistas debatem em busca de uma resposta para essa e outras perguntas, sem uma conclusão definitiva. O que se percebe é que o incentivo ao voluntariado empresarial, um dos elementos que compõem a responsabilidade social de centenas de empresas, mantém várias de suas ações baseadas nas iniciativas dos colaboradores e não será tão facilmente atingido pela crise.

Não é difícil perceber que é o colaborador quem dá o tom a um programa de voluntariado empresarial. É ele quem mantém a força das atividades, quem motiva e envolve colegas, quem tem a percepção social das organizações para atender ou problemas para resolver. Como resultado desse envolvimento, não é só a empresa que tem vantagens. Claro que o empregador ganha tendo funcionários mais motivados e comprometidos: uma melhor imagem junto à comunidade, marca com mais visibilidade e credibilidade e apoio ao desenvolvimento de ações de transformação social.

Junto com a empresa, a comunidade também sai na frente, uma vez que recebe voluntários criativos, comprometidos e preparados para atuar, dominando questões legais relativas ao voluntariado. A comunidade e as instituições sociais que recebem os voluntários também ganham porque veem sua causa sendo reconhecida, impulsionando novas ações.


Por fim, ganha o funcionário que recebe o reconhecimento da empresa e da comunidade. Além de trabalhar com mais dedicação e compromisso com a empresa, recebe também oportunidades para desenvolver e aplicar novos conhecimentos, desenvolve um sentimento de pertencimento à comunidade e enriquece seu currículo.

## Ações de impacto

Dado o impacto social que programas de incentivo ao voluntariado têm na comunidade, entre os funcionários e na própria empresa, avalia-se que eles não serão enfraquecidos pela crise global. Até mesmo porque um programa de voluntariado empresarial bem estruturado implica investimento financeiro da empresa apenas no início do projeto. É em sua fase inicial, quando a empresa detecta a necessidade de organizar a oferta do trabalho voluntário, que há um investimento na formação dos colaboradores para que entendam questões legais e sociais relativas ao assunto. Assim, garante-se o bom funcionamento e a eficácia de um programa de voluntariado empresarial.

Depois desse esforço inicial, que muitas vezes recebe a consultoria de ONGs com *expertise* e grande atuação na área, como o Centro de Ação Voluntária de Curitiba, implanta-se um comitê de voluntários, funcionários responsáveis por dar continuidade às ações entre os demais colaboradores.

Recursos das empresas são bem-vindos para aumentar o impacto das ações sociais, mas em um programa de voluntariado empresarial são os próprios colaboradores que garantem a execução das ações e a continuidade do programa. Assim, caso sua empresa busque apoio para o desenho de um programa de voluntariado, saiba que o investimento em consultoria é pequeno e por tempo limitado.

Em tempos de crise, saber provisionar dinheiro para as ações que trarão mais resultados positivos é fundamental, mesmo que sejam atividades voluntárias ou sociais. Certamente, o voluntariado empresarial é uma das ações que menos dinheiro demandam e que mais retorno trazem para todos os envolvidos. 



Link   
[www.acaovoluntaria.org.br](http://www.acaovoluntaria.org.br)

e-mail @  
[empresarial@acaovoluntaria.org.br](mailto:empresarial@acaovoluntaria.org.br)

Telefone   
(41) 3322-8076

# A universalidade de direitos em construção



Lucia Maria Bludeni

[terceiro.setor@oabsp.org.br](mailto:terceiro.setor@oabsp.org.br)

Presidente da Comissão de Direito do Terceiro Setor OAB-SP, coordenadora do curso de Terceiro Setor da Esasp, conselheira pela OAB no Conselho Municipal de Assistência Social de São Paulo e presidente do Instituto Se Toque de Desenvolvimento Social.

Um novo modelo de assistência social foi delineado pelos brasileiros a partir de 1988, com a nova Constituição, que comemorou 20 anos em outubro do ano passado. Alguns diriam: já faz tudo isso? O tempo para questões de Estado aparentemente passa muito depressa, sem que exista a oportunidade de ver implementada a política pública conforme determinada no papel. Pelo menos é essa a sensação que se tem. Ao mesmo tempo, outros diriam: faz só isso? Alguns ainda argumentariam: quanta coisa já se fez, quantos programas de inclusão são desenvolvidos e mantidos pela política pública de assistência mantida pelo Estado, independentemente de custeio, sempre com vistas a satisfazer as necessidades vitais de quem dela precisa?

Prefiro deixar os radicalismos de lado e dizer que a consciência social leva cada vez mais os indivíduos e, principalmente, a política social de Estado, a pensar que já se foi a época de conceber a assistência como mero ato de filantropia, ou apenas como sinônimo de clientelismo, para ser considerada, atualmente, como política de direitos da cidadania. Por outro lado, muitos desconhecem o quanto já se avançou em política pública de assistência social. É preciso dizer que, após a Constituição de 1988 e com a Lei Orgânica de Assistência Social (Loas), nº 8.742/93, muitos conceitos e formas de conceber a assistência foram alterados e passaram a vigorar no Brasil.

O princípio da dignidade da pessoa humana, com a garantia de atendimento às necessidades básicas dos contingentes populacionais vulneráveis em decorrência de maior taxa de pobreza e de exclusão social, é a base de todo o esforço do novo sistema para colocar em prática os preceitos constitucionais que integram a assistência à seguridade social, juntamente com a saúde e a previdência social.


## Sistema Único de Assistência Social

O Sistema Único de Assistência Social (Suas), fruto de duas décadas de debates e produto de lei federal, é um

verdadeiro marco revolucionário na política de assistência. Ele organiza os programas e benefícios destinados a cerca de 50 milhões de brasileiros de todas as faixas etárias e visa ao desenvolvimento e execução do serviço de forma integrada pelos governos federal, estadual e municipal de forma participativa e descentralizada, com ações voltadas ao fortalecimento da família. Inova em critérios e procedimentos e altera o repasse de recursos federais, a prestação de contas e o sistema organizacional de como os serviços estão sendo oferecidos, sempre com o objetivo de promover maior transparência em todas as ações.

A sustentação do Suas vem calcada em três eixos fundamentais. O primeiro é a descentralização do atendimento. Representado pelos Centros de Referência da Assistência Social (Cras), também chamados de “porta de entrada da assistência”, são espaços e equipamentos públicos implantados em regiões de maior vulnerabilidade social. O segundo é a intersetorialidade, ou seja, a integração das ações da assistência social, desde sua concepção, com outras políticas públicas – educação, saúde, habitação, cultura e previdência. O terceiro é a centralidade do atendimento na família, e não mais no indivíduo isoladamente.

O Plano Nacional de Assistência Social (PNAS), aprovado em 2004, estabelece o prazo de dez anos para que essas mudanças ocorram harmonicamente, partindo de um projeto nacional, na tentativa de unificar a forma e os procedimentos para a implementação de programas, projetos e benefícios da assistência social indistintamente, como em uma rede. Isso já demonstra a dimensão e o tamanho das mudanças que são necessárias.

Resta lembrar que cinco anos já se passaram, e importa saber como anda a disposição do gestor público responsável pela implantação do Plano Nacional de Assistência Social nos municípios e nos Estados e qual o papel desenvolvido pelos conselhos paritários na fiscalização da política pública em questão. 



**newdbase** :: ::  
DATABASE MARKETING

## **Conhecimento é a mola propulsora do desenvolvimento**

Pensando em suprir as necessidades das instituições do terceiro setor a Newdbase, após anos de experiência em Database Marketing, conseguiu reunir conhecimento e tecnologia para auxiliá-lo no que tange a banco de dados e informações sobre o perfil de Doadores Efetivos.

Através de pesquisas de mercado com doadores para as instituições neste setor, a Newdbase identificou perfis de pessoas com o hábito de efetuar doações, que reúnem características específicas e importantes diferenciais que os distinguem e que podem ser explorados como novos e efetivos doadores nas sua ações de marketing dirigido.

Se a sua Instituição visa ampliar, melhorar o relacionamento ou obter resultados mais efetivos, entre em contato conosco, nossos consultores terão prazer em ajudá-lo para que você possa atingir seus objetivos.

**Newdbase, Informações com excelência em resultados.**



# Desempenho medido e pesado

Adaptado para o Terceiro Setor, o *Balanced Scorecard* ainda é pouco utilizado pelas organizações sociais brasileiras

Por Luciano Guimarães

**A**té onde os olhos e o conhecimento de um pequeno grupo de gestores que atua no Terceiro Setor podem alcançar, o Brasil ainda está na pré-história da utilização de uma importante ferramenta para avaliação qualitativa e quantitativa do funcionamento das entidades – o *Balanced Scorecard* (BSC), que pode ser traduzido como Indicadores Balanceados de Desempenho.

Poucas são as organizações sociais que empregam integralmente essa técnica gerencial. As demais apenas trabalham em cima de rascunhos e esboços traçados invariavelmente graças à experiência pessoal e/ou profissional de seus diretores. É verdade que a maioria, por trabalhar com recursos escassos, tem o mérito de ao menos tentar estabelecer alguns parâmetros gerenciais; entretanto, não é o suficiente para preencher todas as lacunas.

Basicamente, o BSC é um processo de administração estratégica que mostra ao gestor pontos positivos e negativos da entidade, sejam financeiros, de recursos humanos ou materiais. Foi desenvolvido em 1992 pelos professores Robert Kaplan e David Norton, da Harvard Business School.

A técnica é similar ao que acontece com as empresas, de onde o modelo foi copiado e adaptado. A partir dos resultados é possível delinear novos caminhos, endireitar algo que esteja funcionando de modo errado ou, simplesmente, modificar objetivos e metas.

“Os gestores de uma organização não podem desviar sua atenção de questões consideradas importantes para o sucesso da aplicação do BSC”,

explica o administrador de empresas Antonio Carlos Senatori Tudela, sócio-diretor da Senatori Tudela Desenvolvimento Empresarial, consultoria especializada em planejamento financeiro.

São elas: *O que, especificamente, a organização deseja realizar nos próximos anos? Como deveriam ser divididos os recursos entre os vários objetivos? Que padrões de qualidade seriam almejados? O que se aprendeu das experiências anteriores? Que melhoramentos são necessários para que se possa tirar o melhor proveito dos recursos da organização?*

“As entidades não-lucrativas estão sujeitas às mesmas adversidades do poder público e da iniciativa privada, portanto, precisam utilizar ferramentas que as protejam dos danos causados pelos momentos adversos”, argumenta Tudela, ressaltando a necessidade de que seus principais colaboradores (diretoria e gerência) trabalhem como qualquer outro profissional competente, sendo cobrados por resultados e atividades bem realizadas. “A implantação dos *Scorecards* tende a profissionalizar as entidades e as pessoas por meio de metas a serem alcançadas.”

De acordo com Carlos Tudela, o BSC fornece três elementos essenciais ao aprendizado estratégico. Em primeiro lugar, articula a visão compartilhada sobre a instituição, definindo em termos claros os resultados que a mesma está tentando atingir; em segundo lugar, fornece um sistema essencial de *feedback* capaz de testar, validar e modificar as hipóteses contidas nas estratégias de uma instituição; por fim, facilita a revisão estratégica, que é essencial ao aprendizado.



Divulgação

Antonio Carlos Senatori Tudela, administrador de empresas

## Grupos utilizados para medir os indicadores de desemprego:

Indicadores financeiros	Indicadores de satisfação do cliente	Indicadores de competitividade	Indicadores de processos
<ul style="list-style-type: none"><li>• Resultado operacional da organização</li><li>• Déficit ou superávit</li><li>• Resultado dos projetos</li><li>• Fluxo de caixa</li><li>• Entrada de recursos por projeto</li><li>• Entrada de recursos como um todo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pesquisa de opinião das pessoas atendidas</li><li>• Prazo de atendimento</li><li>• Prazo de implantação dos projetos</li><li>• Apresentação do resultado financeiro da instituição à diretoria, ou mesmo aos investidores etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Como a organização está em comparação às outras no mesmo ramo de atuação</li><li>• Endomarketing</li><li>• Avaliação de gastos e receitas por funcionários</li><li>• Giro de colaboradores ou dos voluntários</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gastos por pessoa em relação ao número de pessoas atendidas</li><li>• Giro de estoque dos produtos com os quais a instituição trabalha (alimentos, vestuário, refeições etc.)</li><li>• Custo do desperdício ou da não-qualidade da entidade.</li></ul>

Tradicionalmente, as empresas se reúnem mensalmente ou trimestralmente para analisar resultados financeiros, e essas discussões se concentram no desempenho passado e nas explicações da razão pela qual os objetivos financeiros não foram atingidos. O mesmo vale para as organizações sociais. “Com a aplicação do BSC tem-se a visão do passado, presente e futuro, na medida em que, primeiro, estamos comparando a instituição com o ano anterior (passado), com as metas pré-determinadas (futuro) e com indicadores de não qualidade e de satisfação do cliente”, explica.

### Expectativas superadas

A profissionalização da gestão ganhou força no Instituto Terra, entidade fundada em 1999 na Fazenda Bulcão, em Aimorés (MG), e que atua na área de meio ambiente. A ONG adotou o *Balanced Scorecard* em 2004, por iniciativa de seu atual diretor financeiro Paulo Henrique Wanick Mattos, que importou o BSC da antiga CST, hoje ArcelorMittal Brasil, onde atua como gerente geral de Controladoria Corporativa e Aços Planos.

A implantação da ferramenta na organização social marcou também o primeiro exercício de planejamento estratégico mais estruturado. “O BSC normalmente ajuda as entidades na gestão de suas prioridades e também na comunicação de suas estratégias. Para uma ONG, isso não é diferente, e essas foram as duas grandes contribuições iniciais para a nossa organização”, lembra.


De modo geral, o entrosamento entre os departamentos da instituição superou as expectativas iniciais sobre o entendimento acerca da missão e valores da

entidade, e de como atingi-los. “Temos ainda muito a aprimorar, principalmente em nosso monitoramento, uma vez que trabalhamos com recursos limitados para investimentos em tecnologia e sistemas. Na medida do possível, procuramos consolidar a nossa maneira de agir internamente, ajustando as ações sempre em torno e na direção do que acreditamos”, frisa o diretor do Instituto Terra.

### O caminho das pedras

O processo de implantação do *Balanced Scorecard* (BSC) inicia-se com a divulgação da missão, visão e valores da entidade, para que todos os colaboradores possam entender qual a finalidade da existência da organização. Criam-se, então, indicadores de desempenho de acordo com quatro grupos: financeiro, satisfação do cliente, competitividade e processos.

Após a criação dos quatro grupos, deve-se levantar um histórico das atividades contábeis e não-contábeis (como clientes, resultado operacional, quantidade de atendimentos, número de funcionários, entre outros) dos últimos 24 meses para a definição das metas a serem alcançadas.

Esse trabalho deve ser realizado por todos os colaboradores da organização, incluindo a diretoria e a gerência, com grande sintonia entre todas as pessoas envolvidas. De acordo com Carlos Tudela, a experiência mostra que sistemas implantados sem que os colaboradores estejam presentes na sua criação tendem ao fracasso. “Tal fato acontece por resistência ou pela ideia de que se trata de uma imposição da direção ou da gerência”, afirma. 

O BSC é um processo de administração estratégica que mostra ao gestor pontos positivos e negativos da entidade, sejam financeiros, de recursos humanos ou materiais

# As veredas de um novo marco legal para o Terceiro Setor



Marcos Biasioli

marcos@mbiasioli.com.br

Advogado em São Paulo e consultor jurídico do Terceiro Setor, pós-graduado em Direito Empresarial pela The European University, administrador de empresas pela Universidade Mackenzie, idealizador e editor da Revista Filantropia.

Colaborador:

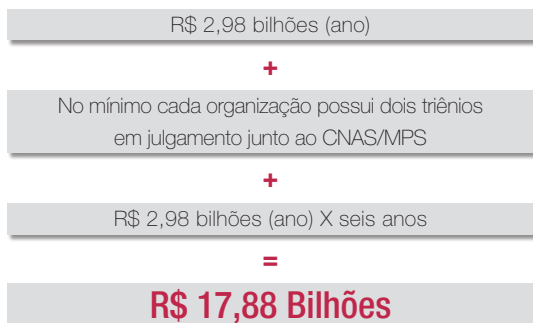
Ricardo Curia

**E**m face da determinação da primeira Carta Cidadã de 1988, na época a pioneira na regulação das políticas de Estado, foi promulgada a Lei Orgânica de Assistência Social (Loas). Dela, consta a instituição do Conselho Nacional de Assistência Social (CNAS) ao qual, entre outras atribuições, coube atestar e certificar as instituições sociais criadas pela sociedade civilmente organizada, como beneficentes de assistência social, cujo reconhecimento traduz o acesso à imunidade tributária.

Por se tratar de recurso público, o legislador impôs às entidades beneficentes a obrigação de contrapartidas, em especial, a comprovação do emprego de seus ativos em prol de pessoas que estão abaixo da linha pobreza. Assim, permitiu que qualquer cidadão, especialmente o agente público, pudesse delatar o descumprimento por parte das entidades de qualquer requisito da lei.

Porém, em um passado recente, o Poder Executivo estava acuado com o volume emblemático de tais processos administrativos pendentes de julgamento junto aos Ministérios da Previdência e do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, além dos efeitos da decisão do Supremo Tribunal Federal, que se consolidou por meio da Súmula nº 8, sobre a decadência tributária de cinco anos para lançamento fiscal decorrente de contribuições previdenciárias. Por isso editou, em 10 de novembro de 2008, a medida provisória nº 446/08, alforriando todas as entidades sociais, ou seja, as beneficentes e as “ineficientes” de assistência social.

Para se ter uma ideia do quanto as entidades tidas como be(i)neficientes, deixam de arrecadar aos cofres públicos, basta se fazer a seguinte aritmética:



Fonte: Site do Ministério do Desenvolvimento Social (MDS)

Tal cálculo indica que a alforria que o Poder Executivo concedeu às beneficentes e “ineficientes” representa aos cofres públicos e aos contribuintes **R\$ 18 bilhões**, valor suficiente para construir **375 mil casas populares**, erradicando inteiramente as favelas da Rocinha (Rio de Janeiro) e Paraisópolis (São Paulo).

Contudo, há de se subtrair dessa cifra o valor empregado pelas verdadeiras beneficentes em programas sociais que visam a diminuir a pobreza e as desigualdades sociais.

Dado o grito da sociedade e a hipocrisia de alguns parlamentares, o Congresso Nacional, no dia 12 de fevereiro de 2009, fez publicar no Diário Oficial da União o Ato do presidente da Câmara dos Deputados, Michel Temer, rejeitando a malsinada medida provisória 446.

Diante de tal fato legislativo, a partir desta data não faz mais parte do sistema jurídico pátrio vigente tal medida provisória, a qual regulava a certificação das entidades beneficentes e a questão da isenção das contribuições sociais. Ela pertencia ao grupo das normas legislativas precárias e instáveis, capazes de ter sua vigência soterrada repentinamente, como de fato ocorreu.

Assim, consumada a rejeição da medida provisória, cabe agora esclarecer o desenrolar do cenário legislativo que regula a certificação das entidades filantrópicas e a isenção das contribuições sociais:

- Narra a resolução nº 1/2002 do Congresso Nacional, em seu artigo 14, que “rejeitada a medida provisória por qualquer das Casas, o presidente da Casa que assim se pronunciar comunicará o fato imediatamente ao Presidente da República, fazendo publicar no Diário Oficial da União (DOU) ato declaratório de rejeição da medida provisória”;
- Com a publicação do ato declaratório de rejeição da medida provisória em DOU, dispõe o artigo 11 da resolução nº 1/2002 que a comissão mista formada por membros do Senado Federal e da Câmara dos Deputados deve elaborar em 15 dias projeto de decreto legislativo que discipline as relações jurídicas decorrentes da vigência da medida provisória;



- O mesmo artigo prevê que, caso a comissão ou relator designado não apresente o referido projeto de decreto legislativo, pode outro deputado oferecê-lo para apreciação da comissão mista, para que esta apresente seu parecer. Todo esse trâmite, até a efetiva publicação do decreto legislativo, não pode exceder 60 dias da data da rejeição da medida provisória;
- Por fim, caso o Congresso não apresente o projeto de decreto legislativo, expirando-se o prazo mencionado de 60 dias da data da rejeição da medida provisória, serão considerados perfeitos os atos jurídicos observados à época de vigência da medida provisória.

Para facilitar a interpretação prática da regulação, é salutar fazer uma reflexão das seguintes hipóteses legais:

- 1) A ausência da publicação de decreto legislativo pelo Congresso Nacional valida a anistia social concedida pela MP a todas as entidades que mantinham processos administrativos em curso no CNAS ou no MPS, pois a medida provisória, enquanto vigente, produziu efeitos;
- 2) A edição de decreto legislativo pode contemplar duas hipóteses:
  - Manter os efeitos da medida provisória, a exemplo da primeira hipótese acima;
  - Rechaçar os efeitos da referida medida, ou seja, tirar toda a sua eficácia;
  - Rechaçar parcialmente os seus efeitos. Isso significa que ela poderá exercer a cidadania alforriando as beneficentes e mantendo as ineficientes na mira do julgo administrativo e judicial.

Por fim, na pendência de outra norma cabe salientar que, em face da queda da medida provisória 446/08,

## Consequências da rejeição MP:

Rejeição da medida provisória pelo Congresso

Publicado ato de rejeição em DOU

Contagem do prazo de 60 dias para uma das situações abaixo:

### (1) Publicação de decreto legislativo

Pode prever o EFEITO "EX TUNC", isto é, permite retroatividade. Pode regular que a anistia social das filantrópicas se consumou enquanto vigorou a MP, como também pode regular o inverso.

### (2) Omissão de decreto legislativo

EFEITO "EX NUNC", ou seja, não permite retroatividade. Os efeitos da rejeição da MP não retroagem, implicando na convalidação da anistia social enquanto vigente a MP.

volta com força plena a norma que antecedia, ou seja, está vigente no ordenamento, atualmente, o artigo 55 da lei nº 8.212/91 a exemplo de todas as nuanças do decreto nº 2.536/98.

Diante dessas alianças legais, cabe concluir que a sociedade pode cobrar o Congresso Nacional para que o mesmo demonstre cidadania, respeito ao direito das beneficentes e, por consequência, punição às "ineficientes". Tudo isso sob pena de ser responsabilizado de se aliciar com a hipocrisia da moralidade pública, o que frustra a luta pelo direito das transformações sociais lembrada pelo jurista italiano Norberto Bobbio: "luta-se ainda por esses direitos porque após as grandes transformações sociais não se chegou a uma situação garantida definitivamente, como sonhou o otimismo iluminista".

Consumada a rejeição da medida provisória, cabe agora esclarecer o desenrolar do cenário legislativo que regula a isenção das contribuições sociais

# 10º

CONGRESSO  
BRASILEIRO DE DIREITO,  
CONTABILIDADE E  
TESOURARIA DO  
TERCEIRO SETOR

2 de Outubro de 2009

Hotel Renaissance  
Alameda Santos, 2.233 - São Paulo  
Tel.: (11) 5102-4654

Inscrições abertas  
[www.economica.com.br](http://www.economica.com.br)

Realização:



# Dom Quixote na contramão



Dilnei Lorenzi

dlorenzi@anec.org.br  
Doutor em Filosofia e secretário executivo da Associação Nacional de Educação (Anec).

As aventuras de Dom Quixote, narradas por Miguel de Cervantes, poderiam representar a saga das organizações que atuam no Terceiro Setor. Basta comparar as lutas intermináveis do herói contra os moínhos de vento com as batalhas burocráticas também intermináveis das instituições filantrópicas com o poder do Estado constituído para poderem trabalhar em prol da sociedade. O engraçado de tal comparação é que, na medida em que se analisa a estrutura de sociedades consolidadas, do ponto de vista democrático, todo esse processo é inverso.

Os responsáveis pela condução do processo social estimulam a expansão de entidades vinculadas ao Terceiro Setor, pois reconhecem o seu valor e os benefícios do fortalecimento da presença da sociedade civil nas parcerias entre o governo e a iniciativa privada. No entanto, em terras tupiniquins, parceria entre público e privado é apenas um discurso inflamado em palanques prevendo a próxima eleição.

Pode parecer que esse tipo de argumento seja uma lamentação sem fim! Claro que não é isso que se pretende. Mas não podemos perder o conjugado da história e devemos fazer jus à memória de todos aqueles que trabalharam na busca de um ideal de sociedade. Instituições que foram construídas, simplesmente, a partir do sonho de se viver em um lugar melhor; onde conceitos como dignidade da pessoa humana, liberdade, justiça, igualdade, garantias jurídicas, valor social do trabalho e da livre iniciativa, entre outros, não foram apenas princípios fundamentais da Constituição.

Instituições que desempenharam por centenas de anos o papel

que é do Estado, de suprir serviços à população nas áreas de educação, saúde e assistência social, agora são estigmatizadas. Onde a força do poder público era inoperante, lá estavam as instituições filantrópicas para contribuir com o amparo aos mais necessitados. Mas agora as coisas mudaram e todas são chamadas de “pilantrópicas”. O que antes era um título, agora tornou-se sinônimo de corrupção. Será porque tais entidades não se rendem aos encantos de um governo estatizante? Pois a voracidade de arrecadação não se justifica. Basta fazer os cálculos adequados, retirando os sofismas apresentados, e logo se percebe que o custo-benefício da preservação de tais organizações é de ganho imenso

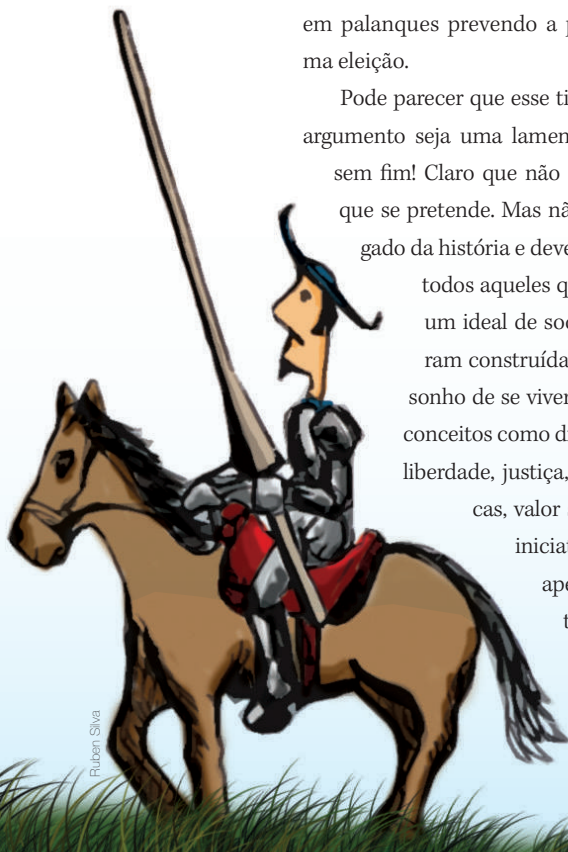
para os cofres do governo.

As instituições sérias não procuram nenhum tipo de favorecimento junto ao governo. Querem apenas manter as prerrogativas previstas pela Constituição para desenvolverem seus trabalhos

As instituições sérias não procuram nenhum tipo de favorecimento junto ao governo. Querem apenas manter as prerrogativas previstas pela Constituição para desenvolverem seus trabalhos beneficiando a sociedade como um todo. Tais organizações passam por uma série de fiscalizações do próprio governo, de forma austera e intensa. Chega-se a um ponto em que se passa a acreditar que é

mais fácil para o governo desconfiar e aterrorizar as instituições do que investigar, por exemplo: as despesas dos parlamentares com a verba indenizatória da Câmara; a instrumentalização partidária dos ministérios; a indignação pragmática do senador Jarbas Vasconcelos; o ruído presente dos desvios das verbas do Programa de Aceleração do Crescimento; as despesas gigantescas do Palácio da Alvorada etc.

De fato, as entidades filantrópicas acabam exercendo na sociedade brasileira o mesmo papel do herói de Cervantes, na contramão de um modelo político limitado, marcado por bases ideológicas de um passado frustrado e que coloca em risco todo o futuro de uma nação que preza pela democracia e por garantias constitucionais mínimas.



Rubert Silva





## Para a Asplan o Terceiro Setor está sempre em primeiro lugar.

As soluções e a confiabilidade dos sistemas da Asplan são referência entre as principais organizações do terceiro setor, pois atende organizações de pequeno, médio e grande porte, com o completo gerenciamento de associados, total controle financeiro e todas as obrigações fiscais específicas.

A Asplan entende as suas necessidades e tem uma política diferenciada para um setor tão especial. Entre em contato conosco para obter mais detalhes sobre as nossas soluções.



**Soluções Inteligentes na  
Gestão de Informações**

Asplan Softwares de Gestão • Rua Loefgreen, 1387 • Vila Mariana • São Paulo/SP • Brasil  
Fone: +55 11 5081-9800 / FAX +55 11 5081-9804

**Organizações que utilizam Asplan:**  
Instituto Ethos • Fundação Abrinq • Fundação Bial • instituto HP • Fundação Diaconia

[www.asplan.com.br](http://www.asplan.com.br)

[comercial.sp@asplan.com.br](mailto:comercial.sp@asplan.com.br)



## Estabilidade no emprego I

A Primeira Turma do Tribunal Superior do Trabalho (TST) rejeitou agravo de instrumento a um motorista portador de deficiência dispensado sem justa causa. Ele pleiteava a reintegração ao emprego, alegando que a empresa havia contratado para substituí-lo um electricista (deficiente visual), e não um profissional para o mesmo cargo, de motorista. O autor da ação questionou que essa prática seria contrária à lei nº 8.213/91, permitindo, assim, a sua reintegração.

## Estabilidade no emprego II

Com a decisão, o TST abre caminho para julgamentos similares, por considerar que não há estabilidade para o portador de deficiência. O ministro Walmir Oliveira da Costa, relator do agravo, afirmou que a lei nº 8.213/1991 não assegura estabilidade ao empregado portador de deficiência, nem impõe à empresa que contrate um substituto para o mesmo cargo do substituído. Ela exige apenas que o novo empregado também seja deficiente físico.

 [www.tst.gov.br](http://www.tst.gov.br)

## Bolsas de estudo

As entidades educacionais devem ficar atentas aos critérios para concessão de bolsa de estudos aos seus alunos. O procurador da República, Leonardo Carvalho Cavalcante de Oliveira, expediu recentemente uma recomendação a uma universidade do Piauí no sentido de que a hipossuficiência comprovada dos candidatos, ou até a classificação em processo seletivo, poderão ser alguns dos critérios adotados pela instituição. Entretanto, tais critérios devem estar respaldados em ampla publicidade das bolsas oferecidas, na forma de acesso e no resultado do processo seletivo.

 <http://www2.pgr.mpf.gov.br>



## Remissão de IPTU

Através do decreto municipal nº 13.492, de 14 de janeiro deste ano (Belo Horizonte/MG), foi determinada a remissão do Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU) para os contribuintes localizados em municípios que tenham sido objeto de decretação de situação de anormalidade decorrente de precipitação pluviométrica ou outro fato da natureza que caracterize grave prejuízo material, econômico ou social. Na hipótese de o IPTU já ter sido pago, integral ou parcialmente, a remissão poderá ser convertida em restituição do valor efetivamente recolhido.

 [www.iob.com.br](http://www.iob.com.br)

## Aumento de repasse

Com a publicação da Portaria nº 3.130, de 24 de dezembro de 2008, serão incorporados ao Teto Financeiro de Média e Alta Complexidade dos Estados e dos Municípios, no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS), recursos financeiros que serão adicionados ao valor do Incentivo à Contratualização (IAC). Os destinatários serão as instituições que aderiram ao Programa de Reestruturação e Contratualização dos Hospitais Filantrópicos.

 [www.mbiasoli.com.br](http://www.mbiasoli.com.br)

## Manual de Orientações

O Manual de Orientações ao Empregador, como instrumento disciplinador dos procedimentos referentes à retificação de informações e à transferência de contas vinculadas, bem como à devolução de valores recolhidos a maior, junto ao FGTS, está disponível no site da Caixa Econômica Federal, opção *download* - FGTS, e deve ser observado pelo empregador em todas as suas disposições. A novidade foi estabelecida pela Circular Caixa nº 462/2009, publicada no Diário Oficial da União do dia 28 de janeiro, e revoga as Circulares Caixa nº 449 e 452/2008, que dispunham sobre o mesmo assunto.

 [www.caixa.gov.br](http://www.caixa.gov.br)  
[www.iob.com.br](http://www.iob.com.br)

## Justiça gratuita

O Tribunal de Justiça de São Paulo deu ganho de causa a um hospital que pleiteava a concessão do benefício da justiça gratuita, após a instituição ter o benefício negado em primeira instância. Segundo o relator do acórdão, desembargador De Santi Ribeiro, é notório que as Santas Casas "atuam na área de saúde pública com muita dificuldade, dependendo sempre dos poderes públicos e de campanhas de fundos junto à população", de modo que "obrigar tais entidades a desviar seus recursos para custear despesas processuais é condená-las, indiretamente, a deixar alguma pessoa física necessitada a ficar sem atendimento médico."

 [www.tj.sp.gov.br](http://www.tj.sp.gov.br)

## Novos critérios do seguro-desemprego

O Conselho Deliberativo do FAT (Codefat) publicou a resolução nº 587/2009, que dispõe sobre os novos valores do benefício do seguro-desemprego, vigentes a partir de 1º de fevereiro. Segundo o texto, para apuração do valor da parcela do seguro-desemprego, serão aplicados os seguintes critérios: a) para média salarial até R\$ 767,60, obtida pela soma dos três últimos salários anteriores à dispensa, o valor da parcela será o resultado da aplicação do fator 0,8; b) para a média salarial compreendida entre R\$ 767,61 e R\$ 1.279,46, será aplicado o fator 0,8 até o limite da letra "a", descrita anteriormente, e, no que exceder, o fator 0,5; c) para a média salarial superior a R\$ 1.279,46, o valor da parcela será igual a R\$ 870,01, não podendo ultrapassar esse valor.

 <http://www.mte.gov.br/codefat>

## Direto para as escolas

A partir deste ano, o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) pode transferir recursos do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) diretamente para as escolas. A decisão está prevista na medida provisória nº 455, publicada no Diário Oficial da União do dia 29 de janeiro. Ela também estende a alimentação e o transporte escolar aos alunos das escolas públicas do ensino médio e do médio profissionalizante.

 [www.mec.gov.br](http://www.mec.gov.br)

## Impulso à adoção via IR

A adoção no Brasil pode ter mais um incentivo. Projeto do deputado federal Vicentinho Alves (PR-TO) concede o dobro da dedução no Imposto de Renda por dependente no caso de contribuintes que adotarem menores internos em orfanatos públicos ou particulares, atualmente em R\$ 137,99. O PL nº 4.255/08 está tramitando na Câmara, aguardando a análise de forma conclusiva pelas comissões de Seguridade Social e Família, de Finanças e Tributação e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

 [www.camara.gov.br](http://www.camara.gov.br)

## IR sobre férias

Segundo solução de consulta da Receita Federal, as verbas referentes a férias (integrais, proporcionais ou em dobro), ao adicional de um terço constitucional e à conversão de férias em abono pecuniário não constituirão os créditos tributários. Dessa forma, não incidirá o Imposto de Renda sobre o pagamento efetuado por ocasião da rescisão do contrato de trabalho, aposentadoria, ou exoneração sob as rubricas de férias não-gozadas, convertidas em pecúnia, de abono pecuniário e de adicional de um terço constitucional quando agregado a pagamento de férias.

 [www.mbiasoli.com.br](http://www.mbiasoli.com.br)

## Contabilizando hardware e software

A aquisição de computadores e periféricos (*hardware*) e programas de computador (*software*) deve ser contabilizada no ativo não-circulante, em subcontas do imobilizado e do intangível, respectivamente. Os valores relativos às aquisições de *hardware* podem ser depreciados, mas os valores relativos às aquisições de *software* podem ser amortizados. A dedutibilidade dos encargos de depreciação ou de amortização está condicionada à utilização dos bens relacionada à atividade desenvolvida pela empresa.

 [www.iob.com.br](http://www.iob.com.br)



## Adicional de insalubridade

O adicional de insalubridade é, como o próprio nome sugere, o adicional pecuniário a que fazem jus os servidores que trabalham com habitualidade em locais insalubres ou desenvolvem atividades dessa natureza. Essas atividades são aquelas que, seja por sua natureza, condição ou método de trabalho, expõem os empregados a agentes nocivos à saúde em proporções acima dos limites de tolerância em razão da natureza e intensidade dos agentes, bem como do tempo de exposição a seus efeitos. O texto do advogado Átila Ribeiro Mello, especialista em Direito Trabalhista, está disponível no site abaixo.

 <http://ultimainstancia.uol.com.br>

## Mais de um curso

De acordo com decisão do Superior Tribunal de Justiça (STJ), o aluno que obtém aprovação em vestibular tem direito à matrícula e à frequência em mais de um curso de ensino superior. A única ressalva é de que não haja incompatibilidade de horários, já que inexistente qualquer vedação na Lei de Diretrizes e Base da Educação Nacional (lei nº 9.394/1996).

 [www.stj.gov.br](http://www.stj.gov.br)

**1 O empregado de uma organização que está afastado por motivo de doença tem direito à estabilidade quando retornar?**

Para fazer jus à estabilidade provisória, o funcionário deve comprovar que sofreu lesão em decorrência de acidente de trabalho com afastamento da empresa por, no mínimo, 15 dias, do qual resulte seqüela por força da lesão. Esta seqüela deve implicar em redução da capacidade laborativa, além da consequente percepção do auxílio-acidente prestado pelo INSS.

**2 O regime de tributação das instituições de ensino influencia nos benefícios concedidos pelo Prouni?**

De acordo com a solução de consulta nº 77, da Receita Federal do Brasil, os incentivos fiscais referentes à Cofins, ao PIS/Pasep, ao CSLL e ao IRPJ concedidos às instituições de ensino em razão de adesão ao Programa Universidade para Todos (Prouni) recaem, na forma determinada pela legislação, sobre o valor das receitas decorrentes da realização de atividades de ensino superior (provenientes de cursos de graduação ou cursos sequenciais de formação específica). Assim, é irrelevante o regime de tributação adotado para o cálculo do imposto de renda.

**3 A instituição que vende mercadorias, mesmo sendo imune, deve emitir nota fiscal?**

Para resolver essa questão seria de extrema importância avaliar a legislação tributária estadual, bem como o caso concreto ao qual se refere à comercialização. Apenas para exemplificar, no Estado de São Paulo, todas as pessoas jurídicas que praticam algum fato gerador da venda devem estar inscritas no cadastro de contribuintes conforme as operações ou prestações que realizem. Ainda que não tributadas ou isentas do imposto, devem, relativamente a cada um de seus estabelecimentos, emitir documentos fiscais, manter escrituração fiscal destinada ao registro das operações ou prestações efetuadas e atender às demais exigências decorrentes de qualquer outro sistema adotado pela administração tributária.

**4 Qual é a real diferença entre termo de parceria e contrato?**

De forma breve, pode-se dizer que a principal característica de um termo de parceria é que, no mesmo, os partícipes atuam sob regime de cooperação, ou seja, possuem interesses recíprocos. Assim, o termo de parceria não pode de maneira alguma ser equiparado a um contrato, que tem como objeto criar obrigações entre as partes contratantes, com interesses opostos e contraditórios.

**5 Uma organização estrangeira pode atuar no Brasil?**

Basicamente, existem duas maneiras para entidades estrangeiras desenvolverem suas atividades em território brasileiro: uma é praticar um ato específico; e outra é radicar uma sede no país. No entanto, é importante frisar que qualquer ato deve preceder de autorização, em virtude de determinação legal (Lei de Introdução ao Código Civil, artigo 11, § 1º), cuja solicitação é dirigida ao ministro de Estado da Justiça, instruída de diversos documentos estabelecidos pelo Código Civil. Contudo, uma vez autorizado o funcionamento, a organização estrangeira estará sujeita ao cumprimento da legislação brasileira. Algumas estão vedadas de funcionar em território nacional, como as de cunho jornalístico.

**6 Uma entidade que presta serviços a terceiros deve recolher o ISS?**

Embora as entidades assistenciais gozem de benesses fiscais, concedidas pela própria Constituição Federal, assim como por legislações esparsas, esse fato não desonera as mesmas de cumprir com as obrigações acessórias, dentre elas, emitir notas fiscais pela prestação de serviço. Por isso, é necessário manter cadastro junto ao órgão público municipal que regulamenta a tributação do ISS e cumprir com todas as obrigações advindas da prestação de serviço. É possível, no entanto, peticionar ao órgão público solicitando a adoção de regime especial, uma vez que, por não haver finalidade lucrativa, algumas das obrigações podem ser ajustadas com base nesse cenário.

Pergunte à Revista Filantropia:  
[filantropia@revistafilantropia.com.br](mailto:filantropia@revistafilantropia.com.br)

Fonte: Marcos Biasioli e Talita Falcão – Escritório M. Biasioli Advogados Associados.



Março

Dia	Obrigação	Fato gerador
6	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados – Caged (1ª via)	Enviar ao Ministério do Trabalho a relação de admissões e desligamentos ocorridos em fevereiro/09
	FGTS	Depósitos relativos à remuneração de fevereiro/09
	DCTF mensal	Prazo de entrega da declaração pela internet, sem multa referente aos fatos geradores ocorridos em janeiro/09
	Dacon mensal	Dacon de pessoa jurídica obrigada a entregar a DCTF mensal referente ao mês de janeiro/09
	GPS	Envio da cópia da Guia da Previdência Social (GPS) relativa à competência fevereiro/09, ao sindicato representativo da categoria profissional mais numerosa entre os empregados
10	IRRF	Pagamento do Imposto de Renda Retido na Fonte correspondente aos fatos geradores ocorridos em fevereiro de 2009 (conforme redação dada pela lei nº 11.196/05 no art. 70, item I, alínea d)
	Previdência Social (INSS)	Recolhimento das contribuições previdenciárias relativas à competência fevereiro/09 devidas pelas empresas, inclusive a retida sobre cessão de mão-de-obra ou empreitada e a descontada do contribuinte individual que tenha prestado serviço à empresa
13	Previdência Social	Recolhimento em GPS da competência fevereiro/09 das contribuições devidas pelos contribuintes individuais, pelos facultativos e pelo especial que tenham optado pelo recolhimento na condição de contribuinte individual, bem como o empregador doméstico (contribuição do empregado e do empregador)
	CSLL, Cofins e PIS/Pasep	Pagamento dos valores retidos da CSLL, da Cofins e da contribuição para o PIS/Pasep sobre os pagamentos a pessoas jurídicas ocorridos no período de 16 a 28 de fevereiro
20	Previdência Social (INSS)	Recolhimento das contribuições previdenciárias relativas à competência fevereiro/2009 devidas pelas empresas, inclusive a retida sobre cessão de mão-de-obra ou empreitada e a descontada do contribuinte individual que tenha prestado serviço à empresa.
	IRRF	Pagamento do Imposto de Renda Retido na Fonte correspondente aos fatos geradores ocorridos em fevereiro de 2009 (conforme redação dada pela lei nº 11.196/05, no art. 70, item I, alínea d)
25	Cofins Código 2172	Pagamento da contribuição cujos fatos geradores ocorreram em fevereiro/09
	PIS/Pasep	Pagamento da contribuição cujos fatos geradores ocorreram em fevereiro/09
27	Rais	Prazo final para entrega da Relação Anual de Informações Sociais (Rais), ano-base 2008. Deve declarar a Rais todo estabelecimento inscrito no CNPJ, com ou sem empregados, além do estabelecimento de pessoa física com empregados
31	Declaração Simplificada de Pessoa Jurídica Inativa	Entrega da Declaração Simplificada de Pessoa Jurídica Inativa, relativa ao ano-calendário de 2008
	DES	Entrega da Declaração Eletrônica de Serviços (município de São Paulo) correspondente aos fatos geradores ocorridos em janeiro/09
	CSLL, Cofins e PIS/Pasep	Pagamento dos valores retidos da CSLL, da Cofins e da contribuição para o PIS/Pasep sobre os pagamentos a pessoas jurídicas ocorridos no período de 1º a 15 de março

Abril

Dia	Obrigação	Fato gerador
7	Cadastro Geral de Empregados e Desempregado - Caged (1ª via)	Enviar ao Ministério do Trabalho a relação de admissões e desligamentos ocorridos em março/09
	FGTS	Depósitos relativos à remuneração de março/09
	DCTF mensal	Prazo de entrega da declaração pela internet sem multa referente aos fatos geradores ocorridos em fevereiro/09
	Dacon mensal	Dacon de pessoa jurídica obrigada a entregar a DCTF mensal referente ao mês de fevereiro/09
	DCTF semestral	Prazo de entrega da declaração pela internet sem multa referente ao segundo semestre de 2008
10	GPS	Envio da cópia da Guia da Previdência Social (GPS), relativa à competência março/09 ao sindicato representativo da categoria profissional mais numerosa entre os empregados
15	Previdência Social	Recolhimento em GPS da competência março/09 das contribuições devidas pelos contribuintes individuais, pelos facultativos e pelo especial que tenham optado pelo recolhimento na condição de contribuinte individual, bem como o empregador doméstico (contribuição do empregado e do empregador)
	CSLL, Cofins e PIS/Pasep	Pagamento dos valores retidos da CSLL, da Cofins e da contribuição para o PIS/Pasep sobre os pagamentos a pessoas jurídicas ocorridos no período de 16 a 31 de março
20	IRRF	Pagamento do Imposto de Renda Retido na Fonte correspondente aos fatos geradores ocorridos em março de 2009 (conforme redação dada pela lei nº 11.196/05, no art. 70, item I, alínea d)
	Previdência Social (INSS)	Recolhimento das contribuições previdenciárias relativas à competência março/09 devidas pelas empresas, inclusive a retida sobre cessão de mão-de-obra ou empreitada e a descontada do contribuinte individual que tenha prestado serviço à empresa
24	Cofins Código 2172	Pagamento da contribuição cujos fatos geradores ocorreram em março/09
	PIS/Pasep	Pagamento da contribuição cujos fatos geradores ocorreram em março/09
30	DES	Entrega da Declaração Eletrônica de Serviços (município de São Paulo) correspondente aos fatos geradores ocorridos em janeiro/09
	CSLL, Cofins e PIS/Pasep	Pagamento dos valores retidos da CSLL, da Cofins e da contribuição para o PIS/Pasep sobre os pagamentos a pessoas jurídicas ocorridos no período de 1º a 15 de abril
	Relatório anual	Apresentação do relatório circunstanciado de atividades pela pessoa jurídica de direito privado beneficente de assistência social no exercício anterior à Gerência Regional do Instituto Nacional do Seguro Nacional (INSS) jurisdicionante de sua sede

Tabelas práticas			
Contribuições Previdenciárias (INSS)			
<b>1 – Segurado: empregado, empregado doméstico e trabalhador avulso</b>			
Salário de Contribuição		Alíquota para fins de recolhimento ao INSS	Alíquota para determinação da base de cálculo do IRRF
de	até		
-	R\$ 868,29	8 %	8 %
R\$ 868,30	R\$ 1.447,14	9 %	9 %
R\$ 1.447,15	R\$ 2.894,28	11 %	11 %
<b>2 – Segurado: empregado doméstico (tabela para orientação do empregador doméstico)</b>			
Salário de Contribuição		Alíquota para fins de recolhimento ao INSS	
de	até	Empregado	Empregador Total
-	R\$ 911,70	8 %	12 % 20 %
R\$ 911,71	R\$ 1.519,50	9 %	12 % 21 %
R\$ 1.519,51	R\$ 3.038,99	11 %	12 % 23 %
<b>3 – Segurado: contribuinte individual e facultativo</b>			
A partir da competência abril/03, para os segurados contribuintes (individual e facultativo), o valor da contribuição deverá ser de 20% do salário-base, caso não preste serviço a empresa(s), que poderá variar do limite mínimo ao limite máximo do salário de contribuição			
<b>4 – Salário mínimo</b>			
Período		Valor	
maio/05 a março/06		R\$ 300	
a partir de abril/06		R\$ 350	
a partir de março/08		R\$ 415	
a partir de fevereiro/09		R\$ 465	

5 – Salário-família		
Remuneração	Valor	
até R\$ 472,43	R\$ 24,23	
de R\$ 472,43 até R\$ 710,08	R\$ 17,07	
IR - Fonte e Carnê Leão (2008)		
Base de cálculo mensal	Alíquota	Parcela a deduzir
até R\$ 1.434,59	-	isento
acima de R\$ 1.434,60 até R\$ 2.150	7,5 %	R\$ 107,59
acima de R\$ 2.150,01 até R\$ 2.866,70	15 %	R\$ 268,84
acima de R\$ 2.866,71 até R\$ 3.582	22,5 %	R\$ 483,84
acima de R\$ 3.582,00	27,5 %	R\$ 662,94

Deduções admitidas:
a) Por dependente, o valor de R\$ 144,20 por mês.
b) Parcela isenta de rendimentos provenientes de aposentadoria e pensão, até o valor de R\$ 1.434,59 por mês, a partir do mês que o contribuinte completou 65 anos de idade.
c) As importâncias pagas em dinheiro a título de alimentos ou pensões, em cumprimento do acordo ou decisão judicial, inclusive a prestação de alimentos provisionais.
d) As contribuições para a Previdência Social da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos municípios.
e) As contribuições às entidades de previdência privada domiciliadas no país, cujo ônus tenha sido do contribuinte, destinadas a custear benefícios complementares assemelhados aos da Previdência Social, no caso de trabalhador com vínculo empregatício, de administradores, aposentados e pensionistas.

Cálculo do imposto:
a) Base de cálculo: rendimento bruto diminuído das deduções admitidas.
b) Valor do imposto: na base de cálculo, aplica-se alíquota correspondente e do resultado subtrai-se a parcela a deduzir.

Fonte: Marcelo Teixeira – CRC TC – 1SP224511/O-6, bacharel em direito e contabilista do Escritório Dom Bosco.



# Transformação em série





## Tecnologias sociais promovem a reaplicação de ideias inovadoras pela inclusão e pelo desenvolvimento

Por Thaís Iannarelli

**S**aber popular + organização social + conhecimento técnico-científico. É do resultado dessa fórmula que surge o conceito das tecnologias sociais, baseado no desenvolvimento de técnicas ou metodologias replicáveis idealizadas por meio da interação entre profissionais e a comunidade. “A tecnologia social não é desenvolvida dentro de um escritório ou de um laboratório. Ela é construída no diálogo entre o saber tradicional e as necessidades da população”, diz Felipe Bannitz, coordenador técnico da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares, da Fundação Getúlio Vargas (ITCP/FGV).

A busca pelo desenvolvimento social em alta escala, ou seja, de fácil transmissão, com ações que efetivamente tragam soluções de transformação social, faz parte dessa proposta de organização. De acordo com a definição do Ministério da Ciência e da Tecnologia, uma das principais características da tecnologia social é a ideia da reaplicação: “Nessa atividade está implícito que, quando aquela solução for implementada em locais diferentes daquele em que foi desenvolvida, necessariamente ela será recriada, serão agregados novos valores, novos significados. Reaplicar, portanto, é uma ação aberta ao novo. É um processo de ampliação de conhecimentos, pois durante a reaplicação vão se acumulando novos saberes”.

### Na prática

A definição de tecnologia social vem sendo construída desde a década de 1970, quando o termo utilizado era “tecnologia apropriada”. Segundo Rodrigo Rodrigues da Fonseca, sociólogo e analista da Financiadora de Estudos e Projetos, do Ministério da Ciência e Tecnologia (FINEP/MCT), “o conceito foi desenvolvido por instituições e indivíduos que adicionaram ao termo ‘tecnologia apropriada’ novas ideias vindas da prática e

das teorias que surgiam. Grupos de pesquisa nas universidades, organizações sociais e órgãos do governo já vinham trabalhando com ele há algum tempo, buscando maneiras de usar o conhecimento como instrumento de transformação social”.

Assim sendo, é possível disseminar iniciativas criativas, de baixo custo, que viabilizem soluções concretas para comunidades distintas. Entre os exemplos famosos de tecnologia social conhecidos no Brasil todo estão o soro caseiro, mistura de água, açúcar e sal que combate a desidratação e reduz a mortalidade infantil, e as cisternas de placas pré-moldadas, que fortalecem o acesso à água de boa qualidade nas populações do semiárido.

As demandas comumente solucionadas por meio das tecnologias sociais são, então, ligadas à alimentação, educação, energia, habitação, renda, recursos hídricos, saúde e meio ambiente. “Há uma série de temáticas que consideramos importantes para a questão social no Brasil. Então, aproveitamos toda a tecnologia ou metodologia que for desenvolvida para ajudar a resolver esses tipos de problema, considerada uma solução replicável, que possa ser levada de uma realidade para a outra, e que seja também de baixo custo”, explica Jorge Streit, diretor executivo de desenvolvimento social da Fundação Banco do Brasil.

### Como nascem as tecnologias sociais?

O processo de criação de uma tecnologia social é de extrema importância para quem irá usufruir a mesma, e é nesse momento que se marcam as relações sociais e as condições de produção. Surge, então, a percepção de que a tecnologia social pode ser adaptada, recriada ou reinventada com objetivos que vão além do simples resultado econômico – as referências locais de cada comunidade geram resultados mais eficazes e duradouros. ►



As tecnologias, vistas como processos que promovem a transformação social em escala, acabam fazendo com que a economia gire em lugares afetados por problemas sociais

Primeiramente, o importante é utilizar as capacidades de cada região da melhor forma possível, e adaptar as tecnologias à realidade local. Isso porque a tecnologia convencional não produz inclusão social, mas o contrário, em um país com tantas desigualdades como o Brasil. Então, a tecnologia adequada a uma comunidade específica promove o desenvolvimento local.

O trabalho da ITCP, da FGV, demonstra esse tipo de iniciativa. “Construímos alternativas de geração de renda para as pessoas que estão excluídas do mercado de trabalho formal por meio do diálogo com a comunidade, e não pensamos isso só do ponto de vista objetivo, mas também dentro de um contexto ampliado do sistema que gera exclusão. Então, criamos alternativas por meio das cooperativas populares, ou seja, unimos pessoas para produzirem coisas, como hortas comunitárias, padarias, confecções, artesanato, produtos de limpeza, entre outros. A partir da formação desses núcleos, estamos pensando no todo”, explica Felipe.

Para fazer tudo isso funcionar, é preciso usar estratégias diferenciadas, que gerem efetivamente a inclusão social, porque não basta melhorar a renda de uma comunidade; é preciso transformar a realidade da vida das pessoas. “O melhor caminho é verificar o que a comunidade quer e que tipo de tecnologia social tem relação com esse desejo. Isso porque a tecnologia social não existe somente para atender necessidades e carências, mas para transformar as condições de vida da comunidade. Por isso deve-se não só trabalhar sobre as necessidades, mas sobre os direitos, desejos e objetivos”, complementa Fonseca.

As parcerias realizadas para a formação de tecnologias sociais devem respeitar a cultura, o meio ambiente e o trabalhador sem, entretanto, deixar de transformar a realidade local.

## Banco de Tecnologias Sociais

Iniciativa pioneira da Fundação Banco do Brasil, o Banco de Tecnologias Sociais surgiu para reunir dados sobre essas soluções pelo país inteiro. É possível consultá-las por tema, área de atuação, entidade executora, público-alvo, região, Estado, problemas solucionados, municípios atendidos, recursos necessários para implementação, entre outros.

A partir da inclusão dos dados no site da fundação, são selecionadas algumas iniciativas para participar do Prêmio Fundação Banco do Brasil de Tecnologia Social, que acontece desde 2001. “Todos podem cadastrar suas

ideias e, a cada dois anos, a fundação faz um processo de validação desses dados. Atualmente, temos aproximadamente 450 tecnologias no site, mas elas ficam disponíveis para visualização somente após essa validação”, explica Streit.

Dessas tecnologias que passam a fazer parte do banco saem as finalistas para concorrer ao prêmio por região e por tema. “A análise para a premiação é feita por pessoas da sociedade, algumas de origem acadêmica, outras de instituições parceiras do prêmio, como a Petrobras”, diz Streit. Há também uma auditoria para certificar o processo.

Em 2007, na última edição do prêmio, 120 das 782 práticas inscritas foram certificadas e, dessas, foram escolhidos os vencedores. “Cada vencedor ganha R\$ 50 mil para utilizar no aperfeiçoamento da tecnologia”, conta Streit.

As iniciativas premiadas pelas soluções efetivas de transformação social são divulgadas e ganham visibilidade. “Depois que vencem esse prêmio, as instituições conseguem acessar financiamentos de outras fontes, porque é como se tivessem passado por um crivo no processo”, completa. As inscrições para o Prêmio Fundação Banco do Brasil de Tecnologia Social estão abertas até o dia 29 de maio.

## Articulando ideias

Com o objetivo de integrar as instituições que tenham o propósito de contribuir com a reaplicação em escala das tecnologias sociais, foi criada a Rede de Tecnologia Social, em 2005. O comitê coordenador da rede é composto pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, Caixa Econômica Federal, Financiadora de Estudos e Projetos, Fundação Banco do Brasil, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Petrobras, Sebrae, Articulação do Semiárido Brasileiro, Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais, Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras, Grupo de Trabalho Amazônico, Instituto Ethos e Subsecretaria de Comunicação Institucional da Secretaria-Geral da Presidência da República.

A rede reúne os principais atores da área, e seu propósito é estimular a adoção das tecnologias sociais como políticas públicas, para que a gama de pessoas beneficiadas aumente. Além disso, pretende também que as comunidades se apropriem das tecnologias sociais e que, em alguns casos, novas iniciativas sejam desenvolvidas.

Entre seus princípios, estão:



Ao lado, barraginha no município de Sete Lagoas/MG/ Unidade do CDI em Belém do Pará; acima, unidade do CDI em Belém do Pará

- Prática da democracia, do diálogo, da solidariedade, da descentralização e da acessibilidade plural;
- Busca do aperfeiçoamento de suas atividades;
- Influência na elaboração de políticas públicas com a inserção da tecnologia social na agenda governamental;
- Articulação dos atores sociais do governo, empresas, universidades e organizações da sociedade civil a fim de trocarem conhecimentos;
- Implementação de mecanismos de identificação, sistematização, difusão, reaplicação e aperfeiçoamento de tecnologias sociais e busca por novas soluções;
- Contribuição para o desenvolvimento de mecanismos de avaliação das tecnologias sociais;
- Articulação das competências de seus integrantes;
- Identificação de demandas para a reaplicação de tecnologias sociais, articulando-as com programas, linhas de financiamento e assistência técnica dos órgãos do governo e outras organizações;
- Articulação com outros espaços com o objetivo de potencializar suas ações;
- Disposição de um conjunto de tecnologias sociais relacionadas a demandas diferentes nas diversas regiões do país;
- Garantia da adesão voluntária;
- Difusão de princípios e ações da rede em diferentes esferas da sociedade;
- Atualização contínua dos procedimentos da rede, com registros dos processos e resultados.

## Economia solidária e tecnologia social

Esses conceitos apresentam uma forte relação e prezam pelo mesmo ideal. Antes de qualquer coisa, entretanto, é importante definir a expressão “economia solidária” como uma forma de distribuição de riqueza centrada na valorização do ser humano e do desenvolvimento local, que funciona por meio da autogestão e prega a igualdade entre os seus membros. Assim, é fácil perceber a semelhança entre os dois conceitos. “Para organizar a economia solidária, os princípios da tecnologia social, de desenvolvimento tecnológico junto com os produtores, de respeito à cultura, ao gênero e ao conhecimento tradicional são fundamentais. A construção de sistemas autogestionários só pode ser feita através dos princípios da tecnologia social”, explica Fonseca.

O papel das tecnologias sociais na economia solidária é essencial, pois o conhecimento e a participação efetiva da comunidade levam ao resultado esperado. As tecnologias, vistas como processos que promovem a transformação social em escala, acabam fazendo com que a economia gire em lugares afetados por problemas sociais. A ITCP, da FGV, atua também para formar empresas solidárias e torná-las aptas a entrar no mercado. “Tentamos ampliar o atendimento das iniciativas de economia solidária e também visualizar que, sozinhos, esses empreendimentos ainda são frágeis, e a possibilidade de entrarem no mercado competitivo é baixa. Partimos, então, do desenvolvimento de tecnologias sociais ligadas ao fomento do desenvolvimento local”, explica Bannitz.

## Em poucas palavras...

De acordo com a definição da ITCP, tecnologia social é um modelo de tecnologia baseado em uma visão sistêmica que busca o bem-estar coletivo.

Elas devem:

- Ser libertadoras do potencial e da criatividade;
- Ter produtos, técnicas e/ou metodologias replicáveis;
- Ser focadas às realidades locais;
- Ser elaboradas e implementadas participativamente;
- Ter baixo custo monetário e de aplicação;
- Ter resultados comprovados.



Primeiramente, o importante é utilizar as capacidades de cada região da melhor forma possível, e adaptar as tecnologias à realidade local

A quantidade de iniciativas socioeconômicas dessa natureza tem aumentado nos últimos tempos, e surgem como alternativa ao desemprego e como uma oportunidade de inclusão social. Segundo o Mapa da Economia Solidária, até agosto de 2007 havia quase 22 mil Empreendimentos Econômicos Solidários (EES), com aproximadamente 1,7 milhão de homens e mulheres trabalhando em diversos setores. Do total, 7.539 empreendimentos são urbanos, sendo que 91,8% deles foram criados a partir de 1990. As atividades econômicas desenvolvidas por esse tipo de empreendimento se concentram nos setores de produção artesanal (36%), confecções (22%), produção e serviços de alimentos (12%) e prestação de serviços (10%). Mesmo com a importância que vêm adquirindo, os EES ainda apresentam dificuldades na comercialização dos produtos, no acesso ao crédito e na assistência tecnológica. Segundo informações do Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (Sies), mais de 60% dos empreendimentos solidários nas áreas urbanas são informais.

### Tecnologias que dão certo

Para ilustrar a teoria, é importante conhecer algumas tecnologias sociais implantadas pelo país que deram certo e já geram resultados positivos:

#### Comitê para Democratização da Informática (CDI)

Existente desde 1995, o CDI tem como missão promover a inclusão digital para públicos de baixa renda.

Assim, a organização decidiu transformar seu know-how em tecnologia social. “Utilizamos a tecnologia como meio para apoiar o desenvolvimento de indivíduos e comunidades, estimulando-os a descobrir e exercer suas capacidades”, explica Rodrigo Baggio, fundador e diretor executivo do CDI.


Para que isso se tornasse uma tecnologia social, foi desenvolvido um trabalho pedagógico de educação popular em comunidades menos favorecidas, aplicando-se em sua metodologia conceitos e valores fundamentados na pedagogia de Paulo Freire de educação para a transformação social. O resultado disso foi a reaplicação: “Possuímos, atualmente, 753 ‘CDIs Comunidades’, espaços para promover cursos de informática aliados a conteúdos de cidadania. Esses espaços já estão presentes em 20 estados brasileiros e sete países da América Latina”, conta Baggio.

O desenvolvimento local também é visível: mais de 1 milhão de pessoas de todas as idades já foram capacitadas. “Atendemos moradores de favelas, presidiários e suas famílias, comunidades ribeirinhas e indígenas, jovens que cumprem medidas socioeducativas, crianças em situação de risco social, portadores de deficiência, pacientes com transtorno psiquiátrico e funcionários de chão de fábrica. Por outro lado, também permitimos o acesso da comunidade aos nossos espaços quando não estão sendo utilizados para aulas”, complementa.

#### Programa Água Doce

Esta ação do governo federal, coordenada pelo Ministério do Meio Ambiente por meio da Secretaria de





Recursos Hídricos e Ambiente Urbano, conta com investimentos da Fundação Banco do Brasil e tem como objetivo instalar sistemas de dessalinização em comunidades do semiárido. Desde 2005, o projeto já foi implantado em cidades nos estados de Alagoas, Ceará, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe.

O objetivo do programa é oferecer o acesso à água de boa qualidade para consumo humano, além de promover oficinas sobre educação ambiental e a implantação de sistemas de informações e monitoramento.

Em algumas localizações, o programa, além de resolver o problema da carência de água potável, também gera renda para a comunidade. Após a dessalinização da água, o efluente é utilizado para o cultivo de tilápias em tanques, e o concentrado dessa criação, rico em matéria orgânica, é aproveitado para irrigar o solo, especificamente a erva-sal, utilizada na produção de feno para alimentar ovelhas e cabras. Esse Sistema Integrado de Reuso dos Efluentes da Dessalinização foi certificado em 2003, na II Edição do Prêmio Fundação Banco do Brasil de Tecnologia Social.

## Moedas Sociais


A ferramenta utilizada pela ITCP se baseia no uso de moedas complementares como forma de aquecer a economia de uma comunidade. “Não fomos nós que inventamos essa tecnologia, mas utilizamos as moedas sociais como uma adequação da moeda tradicional”, explica Bannitz. O mecanismo é simples: a moeda só é aceita no bairro, e tem algumas funções

sociais. A primeira é girar a economia para gerar o desenvolvimento local. “Além disso, preparamos a comunidade para conseguir o dinheiro real, ou seja, as pessoas vão praticando, dentro do consumo local, para abrir uma loja. Funciona como um mercado-escola”, completa.

O último ponto é que serve também como um processo de alfabetização econômica da população. Segundo Bannitz, “A economia tem uma linguagem própria, fica algo meio abstrato. Assim, pretendemos explicar a questão da moeda para que as pessoas possam se inserir melhor na economia”.

## Barraginhas

Criada pela Embrapa Milho e Sorgo Sete Lagoas, em Minas Gerais, as Barraginhas estão no semiárido mineiro transformando a realidade local. A tecnologia utilizada é simples. São escavadas bacias com aproximadamente 16 metros de diâmetro e 1,8 metro de profundidade. Esses espaços funcionam como açudes e a bacia armazena a água das chuvas e contém as enxurradas, o que evita as erosões e enchentes.

Outra consequência positiva é que, com o tempo, a água se infiltra no solo e aumenta o nível do lençol freático. Com as baixadas mais úmidas, as águas voltam a brotar do chão, fato que também combate danos ambientais. A tecnologia social já virou política pública. O Programa Plantando Água, do Ministério Público, destina recursos do Fundo Especial do Ministério Público do Estado de Minas Gerais à construção de barraginhas na região. 

É possível disseminar iniciativas criativas, de baixo custo, que viabilizem soluções concretas para comunidades distintas

### Links

[www.cdi.org.br](http://www.cdi.org.br)  
[www.fbb.org.br](http://www.fbb.org.br)  
[www.fbcs.org.br](http://www.fbcs.org.br)  
[www.itcpfgv.org.br](http://www.itcpfgv.org.br)  
[www.mte.gov.br](http://www.mte.gov.br)  
[www.rts.org.br](http://www.rts.org.br)



# União em torno da língua portuguesa

Países chamados lusófonos estabelecem práticas e ações conjuntas que contribuem para o desenvolvimento do Terceiro setor

Por Valeuska de Vassimon

**P**or ocasião do novo acordo ortográfico, assinado em 1990, que entrou em vigor em janeiro deste ano, muito se fala sobre os oito países de língua portuguesa do mundo: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste. Trazê-los para o centro das atenções – e dos esforços pelo (re)aprendizado da ortografia – tem o objetivo de aumentar seu prestígio internacional, juntos e separados.

Mas e quanto ao Terceiro Setor? Há algo que congrega os países chamados lusófonos?

A Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), criada em julho de 1996 por sete das oito nações – Timor-Leste entrou para o grupo em 2002, após a conquista de sua independência –, nasceu justamente com o objetivo de projetar e consolidar, no plano externo, os laços de amizade entre os países-membros, dando a essas nações maior capacidade de defender seus valores e interesses, sobretudo em relação à defesa da democracia, à promoção do desenvolvimento e à criação de um ambiente internacional mais equilibrado e pacífico. Na prática, os países lusófonos cooperam nos domínios social, cultural e econômico.

Partindo da identidade linguística – falado por cerca de 200 milhões de pessoas em todo mundo, o português é o terceiro idioma do Ocidente, atrás apenas do inglês e do espanhol – as ações do grupo têm objetivos concretos e voltados para todos os setores, como saúde, educação, ciência e tecnologia, defesa, agricultura,

administração pública, comunicações, justiça, segurança pública e desporto. Além disso, os países escreveram uma proposta de cooperação para os Oito Objetivos do Milênio, estabelecidos pela ONU em 2000.









Outro documento aprovado pela CPLP, também em 2000, é a *Declaração sobre Cooperação, Desenvolvimento e Democracia na Era da Globalização*, que reafirmou o compromisso dos países com os valores democráticos, a erradicação da pobreza e a promoção do desenvolvimento sustentável.

Para envolver e trazer à participação diversos setores da sociedade nos temas da comunidade, criou-se, ainda, a Comissão Nacional de Apoio à CPLP, composta por personalidades do meio político e acadêmico, representantes governamentais, da imprensa e da sociedade civil. A comissão vem se reunindo regularmente desde outubro de 2000.

A sede da CPLP é em Lisboa e existem quatro órgãos diretores da comunidade: a Conferência de Chefes de Estado e de Governo, também chamada Cimeira, que define e orienta a política geral e as estratégias da CPLP; o Conselho de Ministros, ao qual compete coordenar as atividades, supervisionar o funcionamento, definir e implementar políticas, bem como aprovar o orçamento da CPLP; o Comitê de Concertação Permanente, constituído por um representante de cada país-membro com a missão de acompanhar o cumprimento, pelo Secretariado-Executivo, das decisões e recomendações vindas da Conferência e do Conselho; e o



## Os indicadores econômicos e sociais dos países lusófonos

	 Angola	 Brasil	 Cabo Verde	 Guiné-Bissau	 Moçambique	 Portugal	 São Tomé e Príncipe	 Timor-Leste *
População (+000)	16.557	189.323	519 mil	1.646	20.971	10 579	155	1.114
Expectativa de vida (anos)	41	71	71	45	42	78	63	60
Taxa mortalidade infantil/mil nascimentos	154	31	26	124	100	4	75	55
Alfabetização (15 a 24 anos) em % – mulheres e homens	63,2 e 83,7	98,4 e 96,8	97,6 e 96,3	85,2 e 93,1	46,3 e 58,3	99,7 e 99,6	95,4 e 95,2	58,6% <sup>(1)</sup>
Analfabetismo **	58%	13% <sup>(2)</sup>	25%	63%	52%	6,7% <sup>(1)</sup>	20%	40%
PIB per capita (US\$)	2.335	8.402	5.803	827	1.242	20.410	2.178	840
IDH***	0,484	0,807	0,705	0,383	0,366	0,900	0,643	0,483

Fonte: Unesco

\* Dados Unicef

\*\* Dados Ministério da Educação

\*\*\* Números do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) com indicadores de 2006 referentes aos três pilares do indicador: renda, educação e longevidade

(1) Central Intelligence Agency – The World Factbook

(2) Censo demográfico de 2000, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

Secretariado-Executivo, que deve implementar as decisões da Conferência, do Conselho e do Comitê, além de assegurar a execução dos programas e responder pelas finanças e pela administração da CPLP.

Para garantir o financiamento da entidade, cada país lusófono contribui com uma taxa anual fixada pelo Conselho de Ministros. Há também um fundo especial, constituído por contribuições voluntárias, públicas ou privadas, destinadas a apoiar ações de cooperação a serem conduzidas no âmbito da organização.

Juntos ou separadamente, os países de língua portuguesa têm objetivos com vistas à melhoria das condições da população. Por exemplo, o Timor-Leste começou, em meados do ano passado, a pagar pensão aos cidadãos idosos acima de 60 anos ou que tenham incapacidade de trabalhar, algo como a aposentadoria no Brasil. Estima-se que aproximadamente 40 mil pessoas sejam beneficiadas com a medida, vista como o primeiro passo para a estruturação de um sistema de segurança social no país. Outro exemplo é Cabo Verde que, pelo destaque na redução da pobreza e no cumprimento dos Objetivos do Milênio – deverá ser uma das poucas nações africanas a consegui-lo –, foi reconhecido pelo Banco Africano de Desenvolvimento (BAD) como “um dos países-membros (do BAD), de que se pode dizer ter alcançado sucessos econômicos e sociais notáveis, desde 1996”, destacando que a taxa de pobreza no país caiu de 37%, entre 2001 e 2002, para 27% em 2007.

### Livre circulação

Em relação à circulação de pessoas entre os países-membros, a comunidade já redigiu cinco acordos que garantem vistos e facilidade de trânsito, entretanto “todos temos a consciência de que será necessário dar passos adicionais para que sejam encontradas formas de tornar mais desimpedida a circulação no espaço da CPLP”, observa o embaixador Luís Fonseca, realçando que há muito a se fazer “quanto à atribuição de direitos específicos aos cidadãos que se encontram no espaço da comunidade em um país que não o seu”.

O embaixador afirma também que é possível aos Estados “encontrar um denominador comum de direitos a serem atribuídos aos cidadãos, partindo do que já existe por força de acordos internacionais ou procurando alargar, até onde for possível, à escala da comunidade, os direitos já reconhecidos aos cidadãos por meio de acordos bilaterais entre os Estados da CPLP”.

Apesar das ações e resultados já colhidos, a CPLP está aquém do idealizado, segundo afirmou o deputado federal José Fernando Aparecido de Oliveira (PV-MG), filho do principal idealizador da organização. Para ele, Portugal e Brasil têm o “dever histórico” de lutar por sua afirmação.

Entretanto, Oliveira se mostrou confiante nos progressos da organização. “Fiquei surpreendido como o novo secretário-executivo, Domingos Simões Pereira, está fazendo um trabalho que honra a todos nós. Tenho certeza de que em 2009 vamos avançar muito”.



# A polêmica das embalagens oxibiodegradáveis

## Estudos comparam materiais e seu grau de decomposição na natureza



Fernando Credidio

[fernando.credidio@futurosustentavel.org.br](mailto:fernando.credidio@futurosustentavel.org.br)

Professor, ensaísta, palestrante, facilitador de cursos em empresas e organizações e consultor em sustentabilidade e responsabilidade socioambiental.

Quando começaram a surgir pesquisas sobre a possibilidade de se obter um plástico que fosse, ao mesmo tempo, higiênico e resistente, mas que se degradasse junto com o lixo, várias alternativas apareceram no mercado. Logo se propagaram as virtudes dos sacos oxibiodegradáveis, que surgiram como o remédio milagroso para o acúmulo de sacos acondicionadores de lixo e, principalmente, aqueles distribuídos fartamente nos supermercados do mundo inteiro. Esse tipo de plástico começou a ser produzido no final dos anos 1980 e, segundo seus fabricantes, são ambientalmente corretos porque se decompõem rapidamente na natureza. Com isso minimizariam uma série de riscos ambientais decorrentes do descarte desses produtos, como a impermeabilização do solo e a contaminação de lençóis freáticos.

Entretanto, tais atributos são contestados por pesquisadores brasileiros e pela comunidade científica internacional. Para entender a controvérsia sobre os polímeros oxibiodegradáveis, é importante, primeiro, compreender como ocorre o processo de biodegradação desses plásticos e, em seguida, saber como eles são produzidos.

A oxibiodegradação acontece em dois estágios. No início, o plástico é convertido, pela ação de oxigênio, temperatura ou radiação ultravioleta, em fragmentos moleculares menores. Em seguida, esses fragmentos se biodegradam, o que significa que são convertidos em dióxido de carbono, água e biomassa por micro-organismos decompositores. Para fomentar tal característica, os fabricantes misturam um aditivo pró-oxidante a polímeros convencionais, como polipropileno, polietileno ou outros. Esses polímeros são os mais usados para a confecção de sacos e outros produtos plásticos. O aditivo pró-oxidante acaba por tornar o polímero supostamente biodegradável.

Entretanto, quando descartado em aterros ou lixões, o aditivo quebra as longas cadeias moleculares que formam os polímeros, conferindo-lhe as características necessárias para ser consumido pelos micro-organismos

presentes no solo. Não é de hoje que a biodegradabilidade dos polímeros oxibiodegradáveis é considerada um assunto polêmico na comunidade científica internacional. Uma corrente de estudiosos duvida se eles são, de fato, biodegradáveis.

Interessado na preservação ambiental e no gerenciamento do lixo, o governo da Califórnia decidiu verificar as alternativas às sacolas plásticas e solicitou ao California Integrated Waste Management Board (CIWMB), em parceria com a Universidade Estadual da Califórnia (CSU), sob a coordenação do professor Joseph Greene, um estudo para testar a decomposição de produtos ditos biodegradáveis, oxibiodegradáveis e de plásticos comuns. O objetivo foi o de se buscar uma alternativa para a redução e reutilização dos sacos plásticos, de modo a reduzir o passivo ambiental representado por um produto largamente consumido e com um tempo infinitamente grande para sua degradação na natureza.

Das várias opções disponíveis no mercado, o melhor desempenho foi o das fabricadas com PLA e PHA, seguidas daquelas a partir da matéria-prima obtida da cana-de-açúcar (PLB). Outros chamados oxibiodegradáveis permaneceram praticamente intactos após 120 dias de exposição à natureza, em aterros abertos, fechados ou em compostagem. As principais características de um produto biodegradável são servir de alimento para os micro-organismos e não deixar resíduos a partir de um determinado tempo (120 dias). Os testes mostraram que isso não aconteceu com os ditos oxibiodegradáveis, que continham polietileno.

### Reciclagem como alternativa

Outros estudos feitos pelo professor Greene indicaram que uma alternativa é a reciclagem dos sacos plásticos ou outras embalagens, como as PET, de modo que a matéria-prima possa ser reutilizada, com a vantagem de um ciclo que gere menos carbono. Também nesse caso os oxibiodegradáveis não obtiveram boa performance.

O presidente do Instituto Plastivida, Francisco de Assis Esmeraldo, acredita que a questão principal é o uso responsável dos plásticos, seja em forma de embalagem, utensílio ou sacolas. "No caso das sacolas plásticas, sabemos que há mais de 50 formas de serem reutilizadas após o carregamento das compras, então optamos pela melhoria da qualidade do produto, para que ele seja usado em menor quantidade. Ou seja: reduzir, reutilizar e reciclar".

A meta da proposta, que já vem sendo apoiada por supermercados de todo o país, é reduzir em até 30% o consumo de sacolas plásticas com a fabricação de um produto mais resistente e que evita a superposição. Outro aspecto é que a população precisa alterar o modo de utilização dessas sacolas. Isso significa somente descartá-la juntamente com o lixo seco e reutilizá-la pelo menos quatro vezes, fato que geraria uma mudança cultural importante na medida em que cada consumidor teria de levar sua sacola de casa.

Pesquisa recente realizada pelo Ibope com 600 mulheres mostrou que nada menos do que 71% delas manifestaram-se favoráveis ao uso de embalagens plásticas como a forma ideal para o transporte de compras, e 75% entendem que estas devem ser fornecidas pelo varejo. Revelou ainda que 100% das entrevistadas usam as embalagens para o descarte do lixo doméstico, dispensando a compra de sacos para esse fim. Embora esse reaproveitamento jamais tenha sido estimulado, os consumidores perceberam a vantagem e fizeram a troca, o que praticamente universalizou, nas áreas urbanas do país, o acondicionamento dos resíduos de acordo com as recomendações do Ministério da Saúde – e sem acréscimo nas despesas das famílias.

## Embalagem inteligente

Formandos do curso de engenharia química do Centro Universitário da Fundação Educacional Inaciana (FEI)

desenvolveram dois projetos que são novidade no mercado: um filme biodegradável, produzido a partir da fécula de mandioca, que avisa quando o alimento embalado está estragado, e um simulador de produção de biodiesel para fazer reação e separação do combustível. O filme biodegradável é uma embalagem de degradação rápida no meio ambiente, que pode ajudar a diminuir a dependência do petróleo, a exemplo dos convencionais filmes de policloreto de vinila (PVC).

Produzida para embalar alimentos secos, como pães, salgadinhos industrializados e grãos, a embalagem é transparente e contém um indicador que muda de cor quando o alimento estraga. Se o alimento não está apropriado para o consumo, a embalagem fica vermelha. Para isso, foram adicionados na fórmula indicadores naturais de pH, no caso, suco de repolho roxo. Para dar flexibilidade à embalagem, os estudantes adicionaram na fórmula três agentes plastificantes: glicerol, açúcar invertido e sacarose.

## Dicas para o consumidor

Qualquer tentativa de mudança de comportamento deve levar em conta os hábitos dos consumidores. Ainda assim, algumas dicas são importantes:

- Sempre que possível, leve sua própria sacola (de tecido ou de fibras vegetais, por exemplo) ao supermercado, à feira ou à padaria;
- Para o destino do lixo doméstico, utilize sacos próprios para isso. Eles são recicláveis, ao contrário das sacolas de supermercado;
- Não substitua o saco de lixo de sua casa todos os dias, a fim de economizar. Mesmo a reciclagem requer o uso de energia e água, recursos que devem ser usados com racionalidade;
- Pressione o supermercado e a padaria de sua vizinhança para que promovam as sacolas não-descartáveis. ↻

Não é de hoje que a biodegradabilidade dos polímeros oxibiodegradáveis é considerada um assunto polêmico na comunidade científica internacional

Links   
[www.idec.org.br](http://www.idec.org.br)  
[www.fapesp.br](http://www.fapesp.br)  
[www.plastivida.org.br](http://www.plastivida.org.br)

 **ARA-ATUALIZA**

**Grupo Arilton Portella**

- ▶ **Contabilidade entidades do 3º setor**
- ▶ **Assessoria no Setor de Recursos Humanos inclusive na elaboração de folhas de pagamentos**
- ▶ **Assessoria e Consultoria Jurídica para entidades do 3º Setor**

Rua Izidoro Chanoski, 157 - Vista Alegre  
Curitiba - Paraná - CEP 80820-580  
Tel. (41) 3335-3437  
Fax. (41) 3336-2814

**[www.ara-atualiza.com](http://www.ara-atualiza.com)**

# Sustentabilidade e a crise global



Marcelo Linguitte

marcelo.linguitte@tmater.com.br

Diretor gerente da Terra Mater Empreendimentos Sociais.

Muito se fala sobre a crise que o mundo atravessa. Preocupações sobre o futuro da economia são prodigamente apresentadas pelos veículos de comunicação e pelos especialistas de plantão, com prognósticos que vão desde pequenos impactos até situações comparáveis àquelas que o mundo viveu em 1929. Alguns setores da economia têm sido fortemente afetados e, no Brasil, há demissões, férias coletivas e negociações envolvendo empresas, trabalhadores e governos locais em busca de favorecer a continuidade das operações das empresas instaladas em seu território.

Nesse contexto, tenho presenciado algo interessante: várias empresas estão extinguindo ou diminuindo suas áreas de sustentabilidade e de responsabilidade social, entendendo que, nesse momento de expectativas, o

melhor é excluir todos os setores que não geram receita ou economia de recursos. Essas áreas são percebidas como geradoras de despesas, então, acabam se tornando alvos prioritários nos cortes das empresas. Porém, cabe a pergunta: “Por que isso acontece se o tema é tão importante e cada vez mais exigido pela sociedade? Não estariam as empresas cortando de forma pouco inteligente?”

Estive recentemente em viagem aos Estados Unidos para alguns encontros com empresários e acadêmicos que tratam do tema sustentabilidade. A visão norte-americana, como se sabe, é muito pragmática e focada em resultados. Ou seja: muito boa e importante a questão da sustentabilidade e a de ajudar o planeta. Porém, que resultado objetivo minha empresa pode obter com esse tema?

Por mais duro e egoísta que pareça esse ponto de vista, ele tem uma orientação muito clara para aqueles que trabalham com a sustentabilidade. Se considerarmos que o tema passará como outras modas, caso não traga benefícios sociais e ambientais concretos, será sempre considerado um assunto marginal que nunca estará presente nas estratégias principais das empresas. Assim, nas primeiras marolas e ventos de crises, o “facaço” da redução de custos será implacável com as áreas de sustentabilidade e responsabilidade social.

Nota-se claramente que apenas aqueles setores que percebem benefícios concretos para as empresas atuam de forma sustentável. Seguem alguns exemplos:

- Conscientes de que a utilização dos Princípios do Equador pode significar uma importante redução no risco de concessão de crédito – e, em certa medida, na inadimplência – alguns bancos têm adotado esses princípios ou outros critérios socioambientais;
- Tendo em vista a percepção de que a sociedade está interessada em aspectos ambientais, várias empresas vinculam sua imagem a estratégias de “comunicação verde”, o que lhes garante um melhor posicionamento de marca;





- Visando a atender as exigências de redes varejistas da Europa, vários produtores agrícolas seguem critérios de produção sustentáveis e buscam certificações que demonstrem essa preocupação.

Isso não significa que as empresas que desenvolvem tais práticas somente o fazem por questões de interesse, sem uma real consciência social e ambiental. Porém, elas veem a sustentabilidade como algo que lhes agrega valor verdadeiro ao negócio por vários motivos: pela redução de custos ou riscos de operação; pelo aumento de receitas; pela melhoria da imagem e, conseqüentemente, pela contribuição para ampliação do *market share*; pela ajuda ao desenvolver o capital humano; ou, ainda, pelo acesso a outras fontes de capital. Assim, a sustentabilidade, da mesma forma que a qualidade, a inovação e o marketing, melhora alguns aspectos da competitividade empresarial. Mesmo com todas essas vantagens, para algumas empresas a área ainda é vista como um custo adicional.

Seria isso “miopia” das companhias? Não creio. Acho que existe um vício de partida de consultores e ONGs que trabalham com o tema em dar toda a ênfase aos benefícios que a sustentabilidade traz à sociedade e ao meio ambiente, e pouca importância aos resultados que traz para as empresas.


Ou seja, de nada adianta que as ideias sociais e ambientais sejam maravilhosas se o EBITDA (sigla inglesa para lucro auferido antes de juros, impostos, depreciação e amortização) for diminuto, com pequena capacidade de geração de caixa. Além disso, muitas vezes os consultores e ativistas de ONGs não conseguem comprovar que a sustentabilidade tem realmente a capacidade de contribuir para seus negócios em longo prazo.

Daí, o resultado é que a sustentabilidade continua sendo vista como algo importante, mas não fundamental

para a sobrevivência do negócio. Em um momento de crise, ninguém pensa em cortar algo que lhe permita aumentar vendas e margens, reduzir custos e diminuir o capital empregado. Será que as empresas acreditam que a sustentabilidade tem essa capacidade? Creio que, a maioria, por não acreditar nisso plenamente (ou por não ter comprovado), acaba cortando ou diminuindo as áreas e projetos relacionados a esse tema.

Portanto, o maior desafio para quem atua na área é o de mostrar-lhes o contrário. E isso não se faz apenas com belos discursos, como, infelizmente, tem sido a regra, inclusive entre ONGs e consultorias importantes. Isso se faz com método e com uma gestão da sustentabilidade voltada para resultados. Somente com essa visão o assunto irá avançar entre as empresas. Pelo menos com a atual compreensão do que ela significa.

Apesar de este artigo parecer muito *business-oriented* e um pouco pessimista com relação ao tema, ocorre justamente o contrário. É certo que apenas posturas gerenciais sustentáveis têm a condição de viabilizar a operação das empresas em longo prazo e de permitir o seu bom funcionamento no futuro. Até por isso é importante revisar um pouco nossos conceitos sobre como a sustentabilidade deve ser trabalhada no âmbito corporativo. Somente entendendo sua dinâmica e necessidades é que poderemos fazer com que elas promovam seus negócios de forma mais sustentável.

É nas crises que se encontram grandes oportunidades. Já que a China está também sendo muito impactada, vale lembrar que, quando escrita em chinês, a palavra crise é composta de dois caracteres. Um representa o perigo e o outro representa a oportunidade. Assim, como disse Richard Nixon: “em uma crise, esteja consciente do perigo, mas identifique a oportunidade”. A sustentabilidade está procurando a sua. 

A sustentabilidade, da mesma forma que a qualidade, a inovação e o marketing, melhora alguns aspectos da competitividade empresarial



MARKET  
ANALYSIS

EMPRESA DE PESQUISA DE MERCADO ESPECIALIZADA  
EM ESTUDOS DE INTELIGÊNCIA EM SUSTENTABILIDADE:

- Monitore os impactos dos programas em investimento social;
- Entenda as expectativas dos consumidores, stakeholders e públicos de interesse;
- Identifique os indicadores chave de reputação.

Monitor de Reputação  
Empresarial

Responsabilidade Social  
Corporativa

Media  
Reputation

SponsorTracker

Barômetro Ambiental

Líder Barômetro

CONHEÇA  
Nossos Produtos

www.marketanalysis.com.br  
info@marketanalysis.com.br  
tel: 48 3234 5853

# Hora de decidir

Bruno Spachta/MDS



Patrus Ananias

Ministro do Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

Ao primeiro anúncio de desgaste do mercado ancorado no sistema financeiro, algumas empresas reagem prontamente, quase em uma equação de estímulo-resposta, com demissões. À possibilidade de queda no consumo, preserva-se o lucro no mais alto patamar possível a um elevado custo social, com graves consequências para muitas famílias. As notícias sobre recessão ou a mera possibilidade desse quadro no horizonte – próximo ou distante – acionam o instinto de sobrevivência do capital. Mas por quanto tempo mais a economia pode sustentar-se com base em uma visão tão restritiva que desconsidere outras relações na sua composição, tais como a relação com o mundo do trabalho que trate os trabalhadores e trabalhadoras em sua dimensão cidadã e humana?

“É a crise”, responderiam muitos com olhares duvidosos sobre um futuro incerto. A frase soa como terminante. Mas não convence, porque está longe de esgotar o assunto. Etimologicamente, crise vem do grego *krísis* que, segundo o dicionário Houaiss da língua portuguesa, quer dizer “ação ou faculdade de distinguir, decisão”. Por extensão, a palavra assume a acepção “momento decisivo, difícil”. No latim, *crisis* significa “momento de decisão, de mudança súbita”. Interessante que a palavra “crise” ganha curso na economia, segundo o mesmo Houaiss, a partir do século 19, justamente na consolidação do sistema capitalista. Em economia, crise designa “grave desequilíbrio conjuntural entre a produção e o consumo, acarretando aviltamento dos preços e/ou da moeda, onda de falências e desemprego, desorganização

dos compromissos comerciais”. Mas também há outra acepção na mesma rubrica: “fase de transição entre um surto de prosperidade e outro de depressão, ou vice-versa”.

Não há como negar o sentido guardado na etimologia da palavra. Estamos em um momento de transição, que nos coloca o tempo todo decisões graves a tomar. Como vamos atravessar esse período e o que virá depois depende da nossa postura e das nossas escolhas diante do impasse. Tradicionalmente, as escolhas dos que conduziram a economia mundial passaram ao longe da classe média, pequenos produtores e empresários, trabalhadores, pobres e excluídos. Poucos se enriqueceram muito, criando um grande abismo com os muitos que permaneceram muito pobres. Agora, a crise que se anuncia no centro do sistema capitalista, provocada pela especulação a partir dos países mais desenvolvidos, sela o veredito e confirma que a fórmula estava errada. Afinal, o mercado não é autorregulado, não encontra o equilíbrio adequado por si mesmo. As desigualdades não sustentam a economia por muito tempo.

Por que, então, persistir no erro? Vários segmentos que tiveram bons lucros no período recente, muitos deles com investimentos financiados com recursos de fundos públicos, começam a anunciar e promover demissões, gerando insegurança nos trabalhadores e também na própria sociedade, enquanto o momento deveria ser de fortalecer os laços de solidariedade para sustentar a economia. A crise acaba produzindo a perspectiva de recessão justamente para aqueles que não a produziram.

Esse é o erro histórico que não pode mais se repetir, sob pena de sermos cobrados no futuro. No Brasil, o governo do presidente Lula tem adotado uma postura inequívoca ao lado dos mais pobres, mas também de apoio ao setor produtivo da economia, mantendo uma boa linha de diálogo. Mas sabemos o quanto é importante adotar medidas para proteger os mais pobres dos perversos efeitos da crise do sistema financeiro, para que não recaia sobre eles a fatura de mais uma conta e continue alimentando um círculo vicioso de produção de desigualdades que, por sua vez, continuam alimentando situações de crise.

Cabe aos empresários, contudo, fazer também sua parte. Os que optam por anunciar tão rapidamente medidas dramáticas e graves como as demissões acabam se distanciando das soluções mais permanentes. Os que já ganharam muito no passado são agora chamados a contribuir na busca de soluções coletivas e impedir o avanço da crise que ainda não chegou ao Brasil na dimensão que se descortina no mercado internacional. O nosso país está com uma vigorosa capacidade de responder a momentos decisivos como o que vivemos, e é chegada a hora de aproveitar e explorar essa possibilidade. Quando a economia mundial começar a sua recuperação, aqueles que estiverem melhor preparados conseguirão mais espaços nos mercados, tanto interno quanto externo.

Do ponto de vista de cada empresa, aquelas que mantiveram seus funcionários estarão prontas para aproveitar as oportunidades. Do ponto de vista do mercado nacional, os salários dos trabalhadores revertem-se em um mercado consumidor interno com benefícios para todos. No curto prazo, isso pode implicar em reduzir um pouco a margem do lucro para crescer com mais segurança. É importante que se diga: aceitar redução não significa renunciar ao lucro, mas compreender a

sua função social dentro da cadeia coletiva de desenvolvimento integral e integrado do país onde todos se beneficiam com a redução de desigualdades.

Lembremos que nas origens do sistema neoliberal que desemboca agora na situação de impasse econômico em que vive o mundo, uma frase era recorrente entre seus defensores para justificar a economia de mercado e renunciar à presença do Estado e dos mecanismos de proteção e regulação sociais: “não há outro caminho”. Com isso, tentaram silenciar por muitos anos alternativas importantes que indicavam outros caminhos, como o que estamos adotando no Brasil, mostrando que é possível dividir o bolo para fazer crescer.

O tempo da economia impõe um descompasso do tempo de reflexão da política, exigindo respostas rápidas, baseando-se na máxima “tempo é dinheiro”. Mas essa própria formulação pode também nos remeter a outra postura. Talvez seja hora de inverter a equação que impõe a velocidade e investir também nesse ativo, o tempo, para buscar, de maneira mais refletida e justa, soluções mais duradouras e coletivas.

Os empresários estão sendo chamados a responder, com mais efetividade, ao discurso da responsabilidade social, e isso exige uma postura coerente e com medidas práticas, para dentro e para fora das empresas, a começar pelas justas relações trabalhistas que estabelecem com seus empregados. Por consequência, implica na consciência do impacto que significa a geração e eliminação de postos de trabalho para o setor econômico e para o país inteiro. Nossa responsabilidade é com nossa nação. Zelar por ela é dever do Estado compartilhado por todos. Que saibamos responder a esse chamado, no momento em que todos – governo e sociedade – estamos desafiados a construir novos patamares para uma sociedade que garanta mais justiça e segurança para todos. Façamos as escolhas certas! 🙏

A crise acaba produzindo a perspectiva de recessão justamente para aqueles que não a produziram. Esse é o erro histórico que não pode mais se repetir

# ECONÔMICA Desenvolvimento Empresarial

- Congressos
- Seminários
- Cursos (inclusive *In Company*)
- Consultoria em responsabilidade social





# No mundo dos negócios

## Responsabilidade social atinge empresas de todos os setores e portes



Lívio Giosa

liviogiosa@liviogiosa.com.br

Vice-presidente da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB) e coordenador geral do Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental (Ires).

Diferentes fatores indicam que a responsabilidade social é hoje parte importante da gestão dos negócios. É fato que, no ambiente competitivo empresarial, as organizações estão buscando cada vez mais diferenciar sua atuação e serem vistas e reconhecidas por isso junto a todos os públicos com os quais se relacionam.

Essas vantagens se caracterizam por atitudes do bem que vão além da busca do lucro e que se valorizam por práticas éticas, voltadas para as comunidades próximas, ou por iniciativas que beneficiem sociedades em geral, baseadas em causas estratégicas, condicionadas à missão e à visão socialmente responsáveis.

São empresas de todos os portes, dos mais diversos setores de atuação e de todas as regiões do país que definiram como meta a percepção clara de que é possível fazer a diferença com boas práticas de gestão, de abordagem ao seu público interno com reflexos certos junto ao ambiente externo da organização.

AIXPesquisaNacional sobre Responsabilidade Social nas Empresas, realizada pelo Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental (Ires)

junto a 3,2 mil empresas de todo o país, mostra que em 89% delas as ações sociais estão integradas ao planejamento. Em 94%, a governança corporativa também se posiciona estrategicamente em relação ao tema, e em 82% a alta administração participa e se envolve em programas sociais.


Alguns desses dados demonstram que a partir do momento em que a responsabilidade social passa a ser coerente com a

percepção estratégica, e não é mais somente um desejo do diretor nem do presidente da empresa, torna-se então um processo irreversível que faz parte do “DNA” da companhia.

Apesar do avanço que os próprios resultados da pesquisa refletem, muitos setores do mercado ainda estão distantes das práticas socialmente responsáveis; há um vasto campo para o conceito ganhar corpo na sociedade. Falta, por exemplo, ampliar o espectro das iniciativas, com ênfase na comunicação com os clientes e consumidores e maior esforço para integrar toda a cadeia de valor.

Diante disso, os dados revelam que só 29% das empresas desenvolvem programas para organizar uma rede de fornecedores socialmente responsáveis, desprezando as demais oportunidades de se relacionar com os seus parceiros e somar mais responsabilidade social à cadeia dos negócios com os quais estão envolvidas. As empresas também perdem oportunidades junto aos clientes. A opinião dos consumidores não é uma preocupação para 82% das participantes da pesquisa. Essas companhias precisam, assim, aprimorar o fluxo de informações com o cliente, que é quem decide a compra. E a gestão socialmente responsável pode ser uma vantagem competitiva que permitirá ao consumidor fazer escolhas além do preço.

Outros dados indicam que apenas 11% das empresas pesquisadas divulgaram as ações sociais realizadas nos últimos três anos. E a maioria delas (57%) não utiliza marketing social ou o marketing de causas para divulgar seus projetos.

A pesquisa revela também que em todas as regiões do país, além da Sudeste, o número de empresas enquadradas nas práticas socialmente responsáveis aumentou muito e nivelou o Brasil através destas iniciativas. Vivemos, portanto, os ventos das boas atitudes que determinam o caminho virtuoso das empresas cidadãs. Elas escolheram esse modelo como base certa para serem reconhecidas e alcançarem o sucesso nos negócios. 

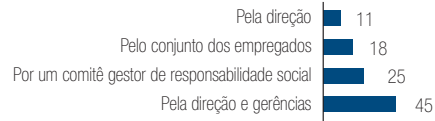


## Atuação ampliada - Indicadores de responsabilidade social nas empresas - em %

### Atuar com responsabilidade é importante para:



### Os projetos sociais desenvolvidos pela empresa foram definidos:



### Beneficiários dos programas sociais



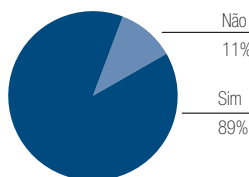
### Focos dos programas sociais



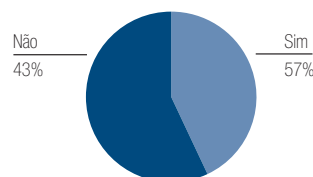
**69%** das companhias não têm políticas formais de compra de "materiais verdes"

**57%** não possuem avaliação sobre a melhoria de imagem decorrente de projetos sociais

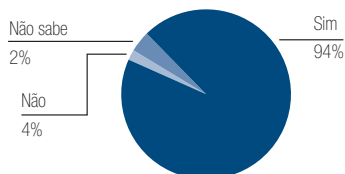
### As atividades relacionadas à responsabilidade social integram a visão estratégica da empresa



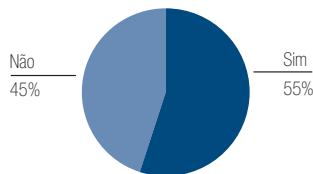
### A empresa/organização publica o balanço social como forma de divulgar suas práticas e investimentos sociais



### A governança corporativa já se posiciona estrategicamente no sentido de a empresa adotar programas socialmente responsáveis

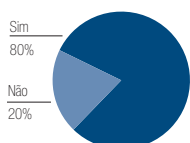


### São oferecidas pela empresa condições especiais no relacionamento ou contrato com fornecedores socialmente responsáveis

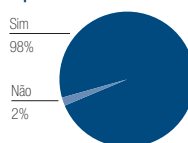


### A empresa considera importante direcionar eventuais vagas para a contratação de:

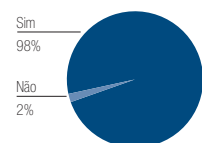
#### Idosos



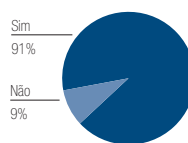
#### Aprendizes



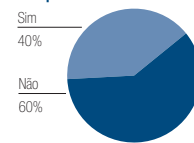
#### Pessoas com deficiência



#### Minorias raciais



#### Ex-presidiários



Fonte: Instituto ADVB de Responsabilidade Social

Alguns desses dados demonstram que a partir do momento em que a responsabilidade social passa a ser coerente com a percepção estratégica, torna-se um processo irreversível



# Em prol da preservação e do bem-estar

Por meio de ações sociais e ambientais, Michelin procura a sustentabilidade e a qualidade de vida

Por Thaís Iannarelli

Líder no mercado mundial de pneus, o Grupo Michelin, fundado em 1891, tem, atualmente, 17,1% de participação no setor. Seus pneus são utilizados em automóveis, caminhões, motos, bicicletas, tratores, veículos de terraplanagem, aviões e até ônibus espaciais da Nasa.

A empresa de grande porte, que tem 113 mil funcionários no mundo inteiro, não deixa de agir com responsabilidade social, especialmente no cuidado com os seus produtos. De acordo com a diretora de Relações Governamentais e Institucionais do grupo, Glauce Ferman, “a Michelin dá prioridade ao desenvolvimento de ações voltadas à diminuição do impacto ambiental das nossas fábricas, à valorização dos pneus usados, ao reconhecimento real da diversidade das pessoas, aos avanços em termos de qualidade de vida no trabalho, ao aumento da interação com as comunidades locais e à contribuição para a mobilidade rodoviária sustentável”.

## Missão e valores

O engajamento social da empresa sempre esteve presente. De acordo com Glauce, “desde a inauguração da primeira fábrica no país, em 1979, a Michelin se preocupa com o bem-estar e o desenvolvimento da região no entorno das unidades industriais”. Porém, em 2003 foi lançada a Carta de Desempenho e Responsabilidade Michelin, que preconiza a aplicação prática de cinco valores defendidos pela empresa: respeito aos clientes; respeito às pessoas; respeito aos acionistas; respeito ao meio ambiente; e respeito aos fatos.

“A missão da Michelin é contribuir para uma mobilidade rodoviária sustentável, mais limpa, que respeite o meio ambiente, os recursos naturais e as pessoas, oferecendo mais segurança e conforto a todos e considerando os objetivos de desenvolvimento econômico”, diz Glauce.

Atualmente, nove temas são tratados pelo grupo como prioridade:

- Desempenho responsável dos produtos e serviços;
- O impacto ambiental do desgaste dos pneus;
- Valorização e eliminação dos pneus usados;
- Diversidade nas equipes;
- Relações com a comunidade;
- A gestão ambiental das unidades;
- A gestão dos riscos da empresa;
- Contribuição à mobilidade sustentável;
- A qualidade de vida no trabalho.

Para medir o desempenho e os progressos realizados nos âmbitos social e ambiental, é realizado um acompanhamento que permite o estabelecimento de um balanço da prática dos valores da empresa. Esses indicadores são divulgados bianualmente no relatório Desempenho e Responsabilidade Michelin, que pode ser baixado no site.

## Iniciativas

Os projetos realizados pela Michelin, que têm com meta melhorar a qualidade de vida e do meio ambiente, contemplaram 20 mil pessoas em 2008, segundo Glauce. Alguns deles são:

### Ouro Verde Bahia

Essa iniciativa contribui com a conservação e a renovação da Mata Atlântica no sul do Estado baiano, onde estão localizadas as plantações da Michelin. Além do aspecto ambiental, o projeto tem caráter social e educativo, a partir do estímulo à preservação da fauna e da flora da região e da geração de trabalho com o programa de agricultura familiar que a empresa desenvolve. “Até 2008, mais de 1,5 mil famílias já foram beneficiadas e estima-se a criação de mais de 300 empregos



diretos. O projeto pretende aumentar esses números até o ano de 2015, gerando 500 novos empregos e beneficiando cerca de 4 mil famílias com a agricultura familiar”, completa Glauce.

## Recuperação social dos internos de Bangu I

A Michelin atua na cadeia de Bangu I, no Rio de Janeiro, conciliando a necessidade de buscar uma destinação adequada para os resíduos de madeira, chamados paletes, consequentes da produção, com uma atividade socioambiental. Assim, os paletes são entregues ao presídio e os internos os reutilizam para fazer produtos artesanais a serem vendidos em mercados populares.

## Jardim Sensorial

Localizado no Jardim Botânico do Rio de Janeiro, o jardim sensorial é considerado um “laboratório de (re) descobrimento”, segundo Glauce. Ele promove aos visitantes, deficientes visuais ou não, uma integração com o meio ambiente a partir da valorização dos sentidos através de cheiros, formas e texturas. O objetivo desse projeto é desenvolver a inclusão de pessoas com deficiência visual de forma lúdica pela identificação do espaço. Com a educação e sensibilização ambiental, os deficientes visuais e as pessoas que enxergam têm a oportunidade de viver a mesma experiência.

## Ação Educativa

Criado em 2006, o programa Ação Educativa é destinado às comunidades vizinhas às fábricas da Michelin no Rio de Janeiro, localizadas no bairro de Campo Grande e no município de Itatiaia. Seu objetivo é dar ferramentas por meio de formações a cidadãos da comunidade para aumentar suas chances no mercado de trabalho. Além do ensino médio, o programa contempla também cursos profissionalizantes de garçom e *barman*, *baby-sitter*, cabeleireiro, recepcionista, informática, inglês e francês, entre outros. Até hoje, o Ação Educativa da Michelin já beneficiou mais de mil pessoas.

## Qualidade de Vida

Com o objetivo de manter o ambiente de trabalho mais agradável, promovendo campanhas e atividades de saúde e bem-estar, o programa Qualidade de Vida existe desde 1998 e proporciona benefícios interpessoais aos funcionários. Assim, durante o expediente há atividades de ginástica laboral, shiatsu, coral e palestras sobre assuntos ligados à qualidade de vida. O programa também



Projeto Jardim Sensorial, que visa à educação ambiental para todos, inclusive deficientes visuais

propõe caminhadas ecológicas, plantio de árvores, campanhas de adoção, entre outros.

## Na Pista do Melhor Caminho

O jogo Na Pista do Melhor Caminho é uma combinação de estratégia, mobilidade, sorte e conhecimento das leis de trânsito voltado para estudantes do ensino médio da cidade do Rio de Janeiro. O objetivo é reforçar os conhecimentos sobre as normas de trânsito, os riscos existentes e os dispositivos de segurança disponíveis para a circulação urbana. Orientado tecnicamente pelo Detran-RJ, o jogo pode ser utilizado como atividade de apoio a diversos conteúdos transversais da educação formal e não-formal.

## Pelo desenvolvimento social

O comprometimento com a responsabilidade social é presente na empresa, que está sempre pronta a realizar esforços para melhorar o desempenho nas ações socioambientais.

Para o futuro, a Michelin procura continuar focando na contribuição para programas em prol da diminuição do impacto ambiental de suas fábricas, valorizando os pneus usados, o reconhecimento real da diversidade das pessoas, os avanços em termos de qualidade de vida no trabalho e o aumento da interação com as comunidades locais. Segundo Glauce, “nossa intenção é manter vigorosa a dinâmica de progresso, buscando melhores resultados, para que se possa assumir ainda mais a responsabilidade”.



www.michelin.com.br/  
responsabilidade social

# Responsabilidade social: MAIORIA ou minoria

## Pesquisa mostra a opinião da população sobre a porcentagem de empresas socialmente responsáveis

Vários sinais objetivos têm apontado para uma crescente adoção e expansão de políticas de responsabilidade social e ambiental pelo universo corporativo brasileiro. Alguns deles são de caráter simbólico, como a celebração do décimo aniversário do Instituto Ethos. Outros funcionam na prática, como indicadores objetivos e com projeção material do sucesso e consolidação do movimento pela ética e sustentabilidade no mundo empresarial, tais como a multiplicação de matérias sobre o fenômeno pela mídia e o contínuo aumento de empresas que publicam balanços sociais anualmente.

A visibilidade de um tópico na grande mídia nacional é, com certeza, uma forma de ilustrar a conquista de um espaço legítimo na agenda pública e de interesses da audiência. O fato da cobertura pela imprensa escrita sobre questões de responsabilidade socioambiental ter crescido, entre 1997 e 2007, mais de 15 vezes, é um sinal claro desta legitimação (de acordo com os arquivos do jornal Folha de São Paulo, o número de matérias sobre esses assuntos passou de 22 para 335).

Tão relevante quanto a taxa absoluta de aumento é entender o ritmo de crescimento – se é lento ou

explosivo, gradual ou com altos e baixos –, pois isso é um bom reflexo da natureza adotada pelo assunto aos olhos da opinião pública. Assim, houve momentos de forte aceleração. Entre 1998 e 2001, o total de matérias subiu de 35 para 177, virtualmente duplicando o interesse a cada ano, seguido de outros momentos de assentamento, como em 2002 e 2006 (a taxa média de aumento da cobertura midiática de 2000 em diante ficou próxima a 20% ao ano).

Outro indicador é o número de grandes empresas que publicam um balanço social – embora nem todas sigam os padrões mais estritos do Global Reporting Initiative (GRI) e Ibase. Em 1995, somente 22 empresas divulgavam anualmente algo semelhante a um relatório sobre seu impacto e iniciativas diante da natureza e da comunidade. Em 2005, esse número já havia subido para 277: mais de 1.000% de crescimento! No período 2007/2008, 48 grandes empresas produziram seus balanços sociais nos padrões do GRI, e dois dos três finalistas eram empresas brasileiras.

Atualmente, para muitas companhias líderes do movimento de responsabilidade social empresarial, seu desempenho público e as iniciativas anuais de sustentabilidade têm se tornado questões-chave para sua estratégia competitiva e a continuidade dos negócios. Empresas como Petrobras e CPFL utilizam as práticas de responsabilidade social como critério de relacionamento com o mercado e paradigma de avaliação e seleção de fornecedores. De maneira semelhante, bancos como o ABN-Amro têm consolidado portfólios de

investimentos em empresas com atuação socioambiental satisfatória, permitindo-lhes acesso a linhas de créditos de forma mais rápida e barata. Na mesma linha, alguns fundos de aposentadoria, como os do Banco do Brasil e da Vale, passaram a exigir das empresas que visam a receber seus capitais de investimento balanços sociais transparentes, claros e progressistas.

Mas será que esses sinais objetivos de sucesso do movimento pela cidadania corporativa se refletem na percepção do público geral? Para os consumidores brasileiros, qual a impressão da abrangência e intensidade com que o universo empresarial tem abraçado a causa da responsabilidade social?

Segundo o estudo *Monitor de Responsabilidade Social Corporativa*, realizado todos os anos pela Market Analysis, instituto de pesquisa de mercado e opinião pública especializado no assunto, apenas um em cada cinco consumidores (21%) acredita que a sustentabilidade corporativa seja uma prática efetivamente adotada pela maioria das grandes empresas do país.

A impressão mais difundida é a de que a responsabilidade social é ainda um fenômeno restrito a um número pequeno de empresas: de fato, 49% dos brasileiros entendem que apenas entre 10 e 40% das grandes corporações se comportam pró-ativa e institucionalmente de forma responsável no âmbito social e ambiental.

Apesar dessa percepção como fenômeno de alcance limitado, há três notícias capazes de estimular o setor: em primeiro lugar, 17% (quase um em cada seis indivíduos) entendem que metade do universo corporativo age e abraça a causa da responsabilidade social. Em segundo lugar, só 3% enxergam o mundo empresarial de forma cética, indicando que nenhuma empresa é genuinamente responsável. Por último, comparando essas percepções às de consumidores de outros 31 países onde a mesma pergunta foi colocada, o Brasil emerge como a nação mais benevolente e otimista no seu olhar do comportamento corporativo: 21% dos consumidores acreditam que a maioria (51% ou mais) do mundo empresarial é social e ambientalmente responsável, enquanto a média mundial mal chega a 18%.

Vale ressaltar que nações onde o movimento pelo capitalismo ético e sustentável nasceu e se disseminou, como os Estados Unidos e países da Europa, hospedam consumidores com uma visão ainda mais cética: apenas 14,5 e 16%, respectivamente, acreditam que a sustentabilidade tenha contagiado mais da metade das grandes empresas.

Em sua opinião, qual é o percentual de grandes empresas brasileiras que agem com o objetivo de serem responsáveis perante a sociedade em geral?

% do total de empresas que atuam socialmente	% de consumidores que concordam
0	3,2
0,5	0,3
1	1,8
2	2,0
3	0,9
4	0,4
5	3,3
6	0,5
7	0,3
8	0,3
10	12,9
15	2,0
20	11,4
25	1,4
30	11,9
35	0,1
40	9,0
45	0,6
50	17,1
55	0,5
60	7,2
62	0,1
65	0,3
70	5,3
74	0,1
75	0,6
80	5,1
86	0,1
90	0,8
95	0,1
100	0,3

Fonte: Monitor de Responsabilidade Social Corporativa, Market Analysis

Onde se encontram esses consumidores que enxergam com mais simpatia o agir do universo corporativo brasileiro? Previsivelmente, em São Paulo, sede de boa parte dos fundadores do movimento pela sustentabilidade do lado empresarial. Mais de 30% dos paulistanos (nove pontos percentuais acima da média nacional) entendem que a maioria das empresas é social e ambientalmente responsável. Em segundo lugar está Curitiba.

E qual é o futuro dessas percepções? Serão os jovens de hoje uma barreira no horizonte para esse olhar otimista? Há poucas chances disso acontecer. Como as diferenças de visão entre quem ainda não chegou aos 25 anos são insignificantes em relação a quem já ultrapassou os 55 anos, ou àqueles em pleno auge da vida profissional, entre os 35 e 54 anos de idade, tudo indica que essa leitura não mudará com a próxima geração.

## Ficha técnica

Entrevistas pessoais por amostragem probabilística realizadas com 805 adultos (18 a 69 anos) nas nove principais capitais do Brasil: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Brasília e Goiânia. Margem de erro: ± 3,45%.



[www.marketanalysis.com.br](http://www.marketanalysis.com.br)

e-mail @

[info@marketanalysis.com.br](mailto:info@marketanalysis.com.br)



(48) 3234-5853



## Mestrado em sustentabilidade e inovação

A Federação Mineira de Fundações e Associações de Direito Privado (Fundamig) está com as inscrições abertas para o Master in Sustainability and Innovation (MSI), promovido em parceria com a B.I. International. O curso é direcionado a profissionais que trabalham na área de sustentabilidade e gestão de organizações privadas empresariais ou do Terceiro Setor. Durante o curso, os alunos podem optar por fazer módulos internacionais na Stanford University, na University of California, nos Estados Unidos, ou na Shanghai Jiao Tong University, na China. O processo seletivo é realizado por meio de avaliação curricular e entrevistas. As inscrições podem ser feitas pelo site ou por telefone.

 [www.fundamig.org.br/mis](http://www.fundamig.org.br/mis)  
 (31) 3274-6522

## Cursos gratuitos

A São Paulo Digital School (SPDS) oferece cursos gratuitos de marketing, gestão e comunicação em meios digitais para ONGs que desejem participar. A iniciativa é subsidiada por alunos dos cursos pagos e por empresas patrocinadoras e consiste em oferecer a organizações parceiras, membros da comunidade e convidados de instituições cursos gratuitos nas dependências das próprias organizações. A escola é um centro de capacitação e disseminação de conhecimentos por meio de cursos de formação. Para fazer o cadastro, basta acessar o site e clicar em “Registre-se”.

 [www.spds.com.br](http://www.spds.com.br)

## MBE em responsabilidade social

O Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) está com as inscrições abertas para a XVIII turma do Master in Business Economics (MBE) em responsabilidade social. O curso pretende formar gestores e dar treinamento de pessoal em responsabilidade social corporativa nas organizações do setor público e do Terceiro Setor. Além disso, promove uma visão estratégica dos processos de gestão social por meio da apresentação de instrumentos administrativos, organizacionais e legais na formulação de projetos. O curso é composto por 360 horas-aula, tem duração de 12 meses e mais seis meses para a entrega da monografia. Mais informações no site da universidade.

 [www.ie.ufrj.br/rts](http://www.ie.ufrj.br/rts)



## Radar

### Organização de Eventos

Como organizar um evento para o Terceiro Setor? O livro (123 págs., R\$19,90), escrito por Ivan Franzolim, apresenta mais de 500 itens em uma detalhada sequência didática para aqueles que pretendem organizar eventos. A publicação traz detalhes sobre o planejamento, o desenvolvimento e a execução de um evento e apresenta desde modelos de cartas, tabelas com datas comemorativas, dicas para trajés até alimentos a serem servidos. As informações também podem ser utilizadas por empresas que pretendam promover maior integração entre funcionários e clientes. O livro pode ser adquirido pelo site da editora.

 [www.mythoseditora.com.br](http://www.mythoseditora.com.br)



### Rumo à Credibilidade

A consultoria internacional SustainAbility e a Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS) divulgaram a publicação *Rumo à Credibilidade: uma pesquisa de relatórios de sustentabilidade no Brasil* (30 págs., download gratuito). A iniciativa é parte da edição 2008 do Global Reporters, que analisa as melhores práticas em relatórios no mundo, e a atenção especial às iniciativas brasileiras se deve à expansão de políticas de sustentabilidade na agenda nacional. Apesar do grande avanço da responsabilidade social nas empresas do país, o documento mostra que é necessário relatar de forma concisa os trabalhos realizados ao longo do ano.

 [www.fbds.org.br/Relatorio\\_Rumo\\_a\\_Credibilidade.pdf](http://www.fbds.org.br/Relatorio_Rumo_a_Credibilidade.pdf)



### Navegar com segurança


Produzida pelo WCF-Brasil, organização criada pela S.M. Rainha Silvia da Suécia, a cartilha *Navegar com segurança* (45 págs., download gratuito) inspirou-se nos artigos 240 e 241 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Com ilustrações e linguagem clara, a publicação explica o que é e como funciona a internet, seus pontos positivos e negativos, o que é pedofilia, pornografia e abusos on-line. O site orienta sobre o uso adequado da rede por crianças e adolescentes e também sobre denúncias e como formar redes de proteção na escola e na família.

 [www.wcf.org.br](http://www.wcf.org.br)



### Como mudar o mundo

A publicação *Como mudar o mundo – Empreendedores sociais e o poder das novas idéias* (406 págs., R\$ 51), de David Bornstein, mostra como o empreendedorismo social tem se desenvolvido pelo mundo. A obra traz trajetórias de êxito na mudança da sociedade, promovidas por indivíduos da Índia, Estados Unidos, Brasil, Hungria, Polônia, África do Sul e outros países. Entre os brasileiros citados estão Vera Cordeiro, idealizadora da Associação Saúde Criança Renascer; Rodrigo Baggio, do Comitê para Democratização da Informática; e Fábio Rosa, agrônomo criador de um projeto de eletrificação rural de baixo custo. Esses estudos de caso mostram práticas que realmente geraram mudanças de alto impacto social.

 [www.ashoka.org.br](http://www.ashoka.org.br)  
[www.submarino.com.br](http://www.submarino.com.br)



## Bolsas para cursos

A Fundação Interamericana (IAF) está oferecendo bolsas aos interessados em participar dos cursos on-line de Desenvolvimento Local do Programa Delnet do Centro Internacional de Formação da Organização Internacional do Trabalho (OIT) para o ciclo de abril de 2009 a abril de 2010. Os cursos disponíveis são o de gestão em desenvolvimento local; desenvolvimento local com perspectiva de gênero; turismo sustentável e desenvolvimento local; e geração de processos de desenvolvimento econômico local mediante cooperativas. As bolsas são preferencialmente dirigidas a instituições que já recebem doações da IAF, mas podem também ser conferidas a outras organizações. Os auxílios são parciais e cobrem, no máximo, 60% do custo de inscrição da capacitação escolhida. As propostas podem ser encaminhadas até o dia 23 de março.

 [www.itcilo.org/delnet](http://www.itcilo.org/delnet)

## Prêmio Criança

O Prêmio Criança, iniciativa da Fundação Abrinq que engloba atividades de empresas e organizações sociais voltadas a crianças de zero a seis anos, gestantes e parturientes, está com as inscrições abertas para a edição de 2009 até dia 27 de março. O prêmio escolhe e dá visibilidade a atitudes inovadoras desenvolvidas no Brasil pela garantia dos direitos e a melhoria de vida das crianças pequenas. A fundação vai considerar ações que apresentem estratégias de articulação com os atores sociais e o poder público, que realizem monitoramento e registro do trabalho, que tenham objetivos definidos, entre outros. O reconhecimento se dará por meio da entrega de estatuetas diferenciadas, além da divulgação das ações na mídia durante os meses seguintes à premiação.

 [www.fundabrinq.org.br/premiocrianca](http://www.fundabrinq.org.br/premiocrianca)

## O futuro que queremos

Criado pelo Banco Mercantil do Brasil, o site *O Futuro que Queremos* convida as pessoas a publicarem as notícias que desejam que se tornem realidade até 2015. A escolha do ano se deve à Declaração do Milênio, assinada por 191 países para atingir os Oito Objetivos do Milênio. Além disso, é possível registrar instituições sociais que desenvolvem trabalhos alinhados à proposta do site. No site, 48% dos visitantes escreveram sobre qualidade de vida e respeito ao meio ambiente; 17%, sobre o trabalho pelo desenvolvimento; 10%, sobre o combate à Aids, malária e outras doenças; 7%, em relação à educação básica; 7%, sobre a igualdade entre gêneros; 7%, em relação à redução da mortalidade infantil; e 3%, sobre o fim da fome e da miséria.

 [www.ofuturoquequeremos.com.br](http://www.ofuturoquequeremos.com.br)

## Manuais de consumo consciente

Com o objetivo de incentivar o consumo sustentável, o site do Instituto Akatu possui publicações para *download* gratuitas sobre o tema. Os textos, de leitura fácil e dinâmica, trazem dicas e ações a serem executadas no dia-a-dia. Um exemplo é a cartilha *Doze Princípios do Consumidor Consciente*, que resume, de forma simples, o resultado dos estudos, mobilizações e desenvolvimento de metodologias realizadas pela equipe do Akatu e seus parceiros. O material pode ser encontrado na seção "Publicações".

 [www.akatu.org.br](http://www.akatu.org.br)

## Imersão em captação e mobilização de recursos

Com o objetivo de oferecer conhecimentos técnicos e práticas da captação de recursos do Terceiro Setor, a Diálogo Social Eventos, com o apoio da Revista Filantropia e da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR), está promovendo o treinamento intensivo Imersão em Captação e Mobilização de Recursos. Entre os dias 23 e 27 de março, haverá atividades dentro e fora da sala de aula, incluindo exercícios em grupo, apresentação de cases e oficinas ministradas por profissionais da área. Entre os assuntos abordados estão comunicação e marketing, geração de renda, fontes de financiamento, leis de incentivo e elaboração de projetos sociais. O custo do curso inclui também hospedagem e cinco refeições diárias.

 [www.dialogoeventos.com.br/imersao](http://www.dialogoeventos.com.br/imersao)



## Portal ODM

Durante o Fórum Social Mundial, foi lançado o Portal ODM Brasil, ferramenta de acompanhamento municipal dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. O portal funciona como um guia para a implementação de políticas públicas orientadas para os locais e áreas que mais necessitam. O espaço pretende divulgar informações e experiências, e disponibiliza os dados de maneira simplificada e detalhada. Nele, o usuário pode elaborar mapas e tabelas e cruzar diferentes indicadores para comparar dados entre cidades, Estados e regiões do país. O portal é resultado de uma parceria entre a ONU, governo federal, iniciativa privada e sociedade civil.

 [www.portalodm.com.br](http://www.portalodm.com.br)

## Observatório da igualdade de gênero

O portal *Observatório da igualdade de gênero para a América Latina e o Caribe*, iniciativa do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), surgiu da X Conferência Regional sobre a Mulher, realizada em Quito, Equador, em 2007. Mais de um ano depois, o portal nasceu como uma ferramenta dirigida a governos, fóruns regionais e sociedade civil com o objetivo de gerenciar informações estatísticas, dar continuidade ao desenvolvimento das políticas públicas acordadas e fornecer apoio técnico e capacitação aos institutos nacionais de estatística. A secretária técnica do Observatório está sob a responsabilidade da Divisão de Assuntos de Gênero da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal).

 [www.americalinagenera.org/elobservatorio](http://www.americalinagenera.org/elobservatorio)

## Março

Dia	Evento	Local	Realização	Info
11	Reconhecimento de marca, comunicação e marketing no Terceiro Setor	Salvador/BA	Diálogo Social Eventos	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
11 e 12	Gestão de programas de voluntariado em organizações sociais	São Paulo/SP	Centro de Voluntariado de São Paulo	<a href="http://www.cvsp.org.br">www.cvsp.org.br</a> (11) 3266-5477
12 a 15	Ecogerma 2009	São Paulo/SP	Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha	<a href="http://www.ecogerma2009.com.br">www.ecogerma2009.com.br</a> (11) 5187-5132
12 e 13	V Congresso Mineiro de Comunicação Ambiental	Belo Horizonte/MG	Ambiente Global	<a href="http://www.ambienteglobal.com.br">www.ambienteglobal.com.br</a> (11) 4777-0260
17	Leis trabalhistas – suas armadilhas e aplicação prática no dia-a-dia	Rio de Janeiro/RJ	Diálogo Social Eventos	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
20	Imunidades e isenções nas organizações do Terceiro Setor	São Paulo/SP	Diálogo Social Eventos	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
23 e 24	Seminário Futuro das Águas	Rio de Janeiro/RJ	O Instituto	<a href="http://www.oinstitut.org.br">www.oinstitut.org.br</a> (21) 2540-5893
23 a 27	Imersão em captação e mobilização de recursos	Atibaia/SP	Diálogo Social Eventos	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643

## Abril

Dia	Evento	Local	Realização	Info
2 a 5	VIII Reatech – Feira Internacional de Tecnologias em Reabilitação, Inclusão e Acessibilidade	São Paulo/SP	Cipa	<a href="http://www.feirasnacipa.com.br/reatech">www.feirasnacipa.com.br/reatech</a> (11) 5585-4355
3	Indicadores de desempenho ( <i>scoreheads</i> ) para organizações sociais	São Paulo/SP	Diálogo Social Eventos	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
8	Geração de renda e sustentabilidade	São Paulo/SP	Diálogo Social Eventos	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
14	Leis trabalhistas – suas armadilhas e aplicação prática no dia-a-dia	São Paulo/SP	Diálogo Social Eventos	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
16	Mudanças contábeis (novas práticas – resoluções CFC), normas internacionais e elaboração do DFC	São Paulo/SP	Diálogo Social Eventos	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
24	Recursos públicos e captação de recursos na iniciativa privada	São Paulo/SP	Diálogo Social Eventos	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
28	Como avaliar campanhas e meios de comunicação interna	São Paulo/SP	Aberje	<a href="http://www.aberje.com.br">www.aberje.com.br</a> (11) 3662-3990
29	Elaboração de projetos sociais: planejamento e execução	Rio de Janeiro/RJ	Diálogo Social Eventos	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
29	Engajamento com <i>stakeholders</i>	São Paulo/SP	Aberje	<a href="http://www.aberje.com.br">www.aberje.com.br</a> (11) 3662-3990

## Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial com Fernando Credidio

**Palestras | Cursos | Consultoria | Alfabetização ecológica | Elaboração de projetos | Assessoria em comunicação voltada à sustentabilidade**

- ▶ Marketing social, responsabilidade socioambiental e sustentabilidade: conceitos e papéis;
- ▶ Construindo negócios sustentáveis: o papel da responsabilidade social e da sustentabilidade na estratégia corporativa, no posicionamento da marca, na construção da reputação e da imagem institucional;
- ▶ Os desafios de comunicar as ações de sustentabilidade e de responsabilidade socioambiental;
- ▶ A nova economia: Protocolo de Quioto, Mecanismo de Desenvolvimento Limpo e Mercado de Carbono;
  - ▶ A busca pelo consumo consciente;
  - ▶ Contribuições pessoais para a sustentabilidade: como cuidar do seu meio ambiente;
  - ▶ Sobrevivência ao aquecimento global: 101 maneiras de salvar o planeta.

Saiba mais sobre Fernando Credidio, acessando os **blogs Cidadania.corp** (<http://rsemprarial.spaces.live.com>) e **Futuro Sustentável** (<http://futuresustentavel.spaces.live.com>)

**PALESTRAS  
E CURSOS  
IN COMPANY**

\*Outros temas  
sob consulta.





## Maio

Dia	Evento	Local	Realização	Info
7	Administração e sustentabilidade de Oscips	São Paulo/SP	Diálogo Social Eventos	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643
9 a 30	Curso Básico de Constituição e Gestão de entidades sociais	São Paulo/SP	Universidade São Francisco	www.saofrancisco.edu.br (11) 3315-2043
20 a 23	XXIII Congresso Mundial da Uniapac	Cidade do México	Uniapac Latianoamericana	www.congresouniapac.org (31) 3515-6100

## Junho

Dia	Evento	Local	Realização	Info
2 a 4	Feira e Seminário de Marketing Sustentável	São Paulo/SP	Sator	www.unomarketing.com.br (11) 3032-5633
15 a 18	Conferência Internacional Empresas e Responsabilidade Social 2009	São Paulo/SP	Instituto Ethos	www.ethos.org.br (11) 3514-9910
15 a 18	Mostra de Tecnologias Sustentáveis	São Paulo/SP	Instituto Ethos	www.ethos.org.br (11) 3514-9910

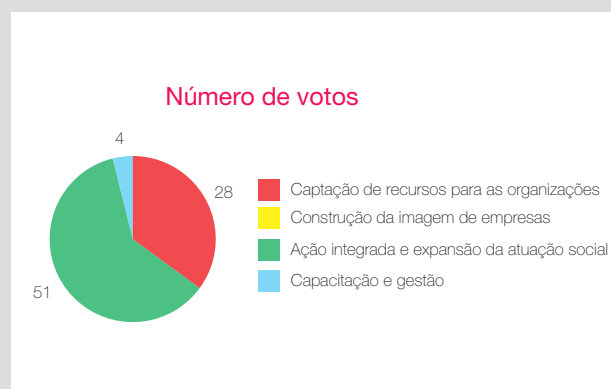
### ENQUETE

**Em sua opinião, qual é maior vantagem de se estabelecer alianças intersetoriais (Primeiro, Segundo e Terceiro setores):**

Resposta	Número de votos
Captação de recursos para as organizações	28
Construção da imagem de empresas	0
Ação integrada e expansão da atuação social	51
Capacitação e gestão	4

Total: 83

\* O resultado desta enquete é baseado na frequência ao site e não possui valor científico.



## Palestras e oficinas Canto Cidadão

**Bom humor e alegria como estratégias de desenvolvimento pessoal e profissional**

Atuando junto a empresas, instituições de ensino, grupos abertos e órgãos sociais ou do governo, nossas palestras e oficinas tratam principalmente de temas como:

- a responsabilidade social e a motivação para o voluntariado nas empresas
- os direitos e deveres do cidadão
- a gestão de ONGs
- humanização hospitalar e qualidade de vida

E tudo sempre numa linguagem clara e muito divertida.

Mais informações: (11) 3259-8021 / (11) 3256-7296 ou [www.cantocidadao.org.br](http://www.cantocidadao.org.br)





Acima, processo de fabricação de bijuterias; ao lado, produtos da Grife Refazer



### Grife Refazer

A Grife Refazer, criada em 2006, faz parte da organização Refazer, que presta assistência a crianças, adolescentes e gestantes adolescentes tratados pelo Instituto Fernandes Figueira (IFF), no Rio de Janeiro. Seu objetivo é gerar renda para as mães dos atendidos pela organização por meio da produção de bijuterias e outros acessórios femininos. Assim, elas vão ao ateliê uma vez por semana para confeccionar essas peças e, consequentemente, complementar a renda familiar. A oficina oferece aulas com estilistas de moda que, junto com uma equipe de voluntários, controlam o alto padrão de qualidade dos produtos. Entre os itens manufaturados, há chaveiros, bijuterias, porta-celulares, camisetas, bolsas e produtos para a casa. A Grife Refazer recebe pedidos de lojas como Wöllner, New Order, Santa Cor e Tessuti.

 **Grife Refazer**  
[www.refazer.org.br](http://www.refazer.org.br)



Cadeira manufaturada com o reuso de pneus

### Arte em Pneus

O reaproveitamento de materiais inservíveis, como pneus, iniciou-se em 2001, mas passou a ser projeto de ONG apenas em 2006. Com sede em São Paulo, os objetivos da Arte em Pneus são: promover a conscientização ecológica e o respeito ao próximo, desenvolver o Ecodesign, dar noções de higiene preventiva, cultura orgânica e criação de produtos a partir de resíduos sólidos de pré e pós-consumo. A partir deles, são confeccionados móveis e objetos, tais como bancos, floreiras, chaveiros, miniaturas, materiais para escritório, entre outros. As técnicas de transformação da Arte em Pneus são multiplicadas por meio de oficinas básicas, cursos intensivos, inclusão social e estímulo à geração de renda com comunidades, cooperativas, iniciativas privada e pública. Essa multiplicação é complementada com serviços, como palestras, demonstrações e exposições.

 **Arte em Pneus**  
[www.artempneus.org.br](http://www.artempneus.org.br)





Acima, produtos feitos pelas artesãs de Santa Cruz Cabrália; ao lado, artesã trabalhando

## Piçava Sustentável

Criado pelo Instituto BioAtlântica (IBio) em 2005, o projeto Piçava Sustentável funciona em Santa Cruz Cabrália, no sul da Bahia, e tem como objetivo contribuir para a qualidade de vida da comunidade local por meio da mobilização de mulheres da cidade que trabalham como artesãs. Entre os produtos, há a manufatura de bombonieres, um dos itens mais procurados. A região abriga uma das maiores áreas de mata atlântica do nordeste e a piçava utilizada para o artesanato é uma palmeira nativa da região, que possui fibras resistentes e flexíveis. Com o aumento do volume da produção de peças, o IBio, em parceria com a Conservação Internacional (CI-Brasil), tem trabalhado para fortalecer o manejo sustentável dessa matéria-prima. As artesãs, que nunca tiveram uma renda mensal, agora recebem aproximadamente R\$ 600 com a produção dos itens de piçava. Em 2009, o Citi, empresa de serviços financeiros globais, anunciou um investimento de R\$ 150 mil no projeto.

**Projeto Piçava Sustentável**  
[www.bioatlantica.org.br](http://www.bioatlantica.org.br)  
(73) 3288-5302



Vitrais produzidos pelos pacientes atendidos no Projeto Tear

## Projeto Tear

O Projeto Tear – Oficinas de Trabalho, Terapia e Arte tem como objetivo promover a reabilitação psicossocial de portadores de transtornos mentais por meio do trabalho e da geração de renda. O projeto funciona em Guarulhos e beneficia diretamente cem pacientes, ou seja, pessoas adultas, de baixa renda, portadoras de transtornos e clinicamente estáveis. São sete oficinas de trabalho: gráfica, reciclagem de papel, vitral, mosaico, marcenaria, velas artesanais e tear. Os objetos produzidos são comercializados e o valor arrecadado é revertido para os atendidos – eles recebem uma bolsa-oficina de acordo com o resultado das vendas e com a avaliação da participação de cada um. O retorno dessa venda também contribui para a autossustentabilidade do projeto. Os produtos podem ser visualizados e comprados através do site.

**Projeto Tear**  
[www.projetotear.org.br](http://www.projetotear.org.br)  
(11) 6409-2200



# Sumário de um verão quase acadêmico



Felipe Mello

felipe@cantocidadao.org.br

Radialista, palestrante e diretor da ONG Canto Cidadão, fundada para produzir e democratizar informações sobre cidadania e direitos humanos.

**E**m final de semana deste verão eu estava influenciado pelo Charles Chaplin. Uma frase extraída de um livro sobre a sua trajetória insistia em voltar, provavelmente convocada por uma cena observada na praia onde eu repousava. “A vida é como um eco; se você não está gostando do que está recebendo, observe o que está enviando”. Ação e reação. Nada novo, simples assim.

A observação atenta daquela cena disparou uma sequência de outras, todas singelas ao extremo. Singeleza que talvez ande rareando entre aqueles que acreditam que a técnica e a teoria rumo ao sucesso andam descoladas da capacidade de entender, e acolher, gente.

## Bumerangue

Um rapaz praticava com muita habilidade o arremesso de bumerangue, motivando espasmos de inveja que torciam por um fracasso, que não veio. A cada arremesso, a trajetória do aparelho se ampliava, sempre com mesmo destino: as mãos do seu atirador.

Metáfora tão explícita. O que jogamos no ar, para o mundo, retorna com a mesma intensidade às nossas mãos. Quem não sabe disso? (Pausa dramática...) Aparentemente poucos sabem de verdade. Para não crer na vontade deliberada de autodestruição, pode-se imaginar uma busca contínua para manipular o bumerangue em nosso favor, desejando retorno premiado mesmo quando o arremesso tenha sido tóxico. Ah, como o curto prazo engana.

## Observação completa

Veio, então, uma segunda inquietação. Um cansaço profundo de ser discípulo da “tacocracia” (*taco*, do grego *táchos*, velocidade, e *cracia*, governo) que cansa, esvazia, expira.

É cada vez mais raro alguém observar um fenômeno, um livro ou uma pessoa do começo ao fim. A postura “zapzapzap” faz que os telespectadores passem, por exemplo, pelos canais de televisão, sem firmar vínculo algum, chegando ao final de mais de cem opções dizendo que não há nada que presta na TV por assinatura. A mesma atitude se dá no folhear apressado de livros e revistas, na migração atropelada entre páginas de internet, na efemeridade de olhares e carinhos dedicados às pessoas queridas.

Pouca capacidade de coletar estímulos transformadores. A *era da informação* só faz sentido se aquilo que

nos atinge provoca alguma formação – ou “desformação” – interior, já que “in-formar” é formar por dentro.

## Gentileza sutil

Nossas atitudes influenciam sutilmente tudo o que gira ao nosso redor. Olhares, sorrisos, palavras positivas. Influência sutil, discretamente capaz de harmonizar ambientes.

Na mesma praia, observei a gentileza sutil: em um jogo de futebol, um perna de pau erra o chute. A bola vai em direção a um transeunte, que a domina. Em uma manobra certeira, devolve a pelota aos peladeiros, que abanam as mãos, agradecidos. Ele sorri, gentilmente, seguindo seu caminho.

Brota a percepção da capacidade de participar do jogo alheio de forma gentil. Atitude que gera saúde, fazendo o jogo coletivo acontecer. Sucesso é estar à disposição para colocar a bola em jogo, mesmo quando não é a nossa peleja.

## Balanço

Durante o mesmo verão assisti a um documentário sobre a vida dos habitantes de Okinawa, cidade japonesa onde é registrada atualmente uma das maiores expectativas média de vida no mundo: 81,2 anos, dez anos a mais que no Brasil. Um dos fatores fundamentais citados é o *ikigai*, traduzido como “propósito de vida”. Vivem mais porque têm uma obra. Nietzsche, filósofo alemão, ratifica dizendo que “quem tem pelo que viver, aguenta qualquer como”.

Naquela praia, pensei fortemente no meu *ikigai*. Existe alinhamento entre o que queremos, falamos e fazemos? A ausência dessa constatação parece entristecer o ser humano. A última técnica convida a um balanço diário, nada neurótico, apenas comprometido, do que foi feito e do que ficou por fazer, do que gerou prazer e do que intoxicou. A partir de então, as chances de organização das ideias para o dia seguinte aumentam.

Guimarães Rosa nos conta que “o correr da vida embrulha tudo. Esquenta e esfria, aperta e daí afrouxa, sossega e depois desinquieta. O que ela quer da gente é coragem”. Coragem de terminar um dia, terminar uma estação do ano com a sensação de que recebemos os presentes que o mundo real, potencialmente acadêmico, podia nos entregar.

São Paulo-SP

4 a 6 de março

### Gestão Contábil e Prestação de Contas no Terceiro Setor

Nilton Antonio Tiellet Borges

20 de março

### Imunidades e Isenções nas Organizações do Terceiro Setor

Ricardo Roberto Monello e Sergio Roberto Monello

8 de abril

### Geração de Renda e Sustentabilidade Institucional

Danilo Brandani Tiisel e Michel Freller

14 de abril

### Leis Trabalhistas - Suas Armadilhas e Aplicação Prática no dia-a-dia

Rogério Martir

Atibaia-SP

23 a 27 de março

### Imersão em Captação e Mobilização de Recursos

Marcelo Estraviz

Rio de Janeiro-RJ

17 de março

### Leis Trabalhistas - Suas Armadilhas e Aplicação Prática no dia-a-dia

Rogério Martir

29 de abril

### Elaboração de Projetos Sociais: Planejamento e Execução

Carol Zanoti

Salvador-BA

11 de março

### Reconhecimento de Marca, Comunicação e Marketing no Terceiro Setor

Marcio Zeppelini

# Treinamentos em Gestão Social



diálogo  
social

**Inscrições e informações**

[www.dialogosocial.com.br](http://www.dialogosocial.com.br)

(11) 2281-9643

[dialogo@dialogosocial.com.br](mailto:dialogo@dialogosocial.com.br)

Apoio:

REVISTA  
**filantropia**  
& gestão social





## Audisa. Compromisso com você e com o Terceiro Setor.

Formada por uma equipe de profissionais renomados, a Audisa é uma empresa de auditoria que está sempre ao lado de seus clientes, comprometendo-se diariamente com o desenvolvimento do Terceiro Setor. Além disso, a Audisa se preocupa com o futuro e procura promover ações e campanhas de conscientização ambiental para que possamos viver em um mundo melhor. Aqui o Terceiro Setor vem em primeiro lugar.

Serviços:

**Consultoria em Gestão de Pessoas**  
**Auditoria Externa do Terceiro Setor**

**Novos serviços:**

**Auditoria de Gratuidade**  
**Auditoria de Condomínios**

**Nova Filial - Porto Alegre-RS**  
Rua Visconde do Herval, 1309 - Sala 204  
Menino Deus - 90130-151  
Fone/Fax: 51 3062.8922  
portoalegre@audisaaudidores.com.br

Matriz - São Paulo-SP  
Alameda Olga, 422 - 2º andar - Bloco B  
Perdizes - 01155-040  
Fone: 11 3825.9671  
saopaulo@audisaaudidores.com.br

Filial - Recife-PE  
Av. Conselheiro Aguiar, 2333 - Sala 104  
Boa Viagem - 51020-020  
Fone/Fax: 81 3463.1862  
recife@audisaaudidores.com.br



**AUDISA**  
AUDITORES ASSOCIADOS