

# filantropia & gestão social

## Ponto de Vista

Sharon Jackson, diretora da ActionAid International, fala sobre grandes doadores

## Turismo Sustentável

Nova seção traz destinos que prezam pela sustentabilidade e bem-estar

## Especial

Estudo inédito sobre os doadores no Brasil traça o perfil das pessoas que colaboram com alguma causa social

Brasil – Edição 54 – Set./Out. – 2011



# COMUNICAÇÃO DIGITAL

FERRAMENTAS E  
ESTRATÉGIAS DO MUNDO  
VIRTUAL PODEM DIVULGAR  
SUA CAUSA E CONQUISTAR  
NOVOS COLABORADORES

Jogador brasileiro que atua no Villareal, na Espanha, fala sobre a importância da educação e do esporte para o desenvolvimento das crianças e adolescentes

Entrevista  
Nilmar



# DUAS OBRAS

## Melhor: as **DUAS PRIMEIRAS** obras

A Zeppelini Editorial, responsável pela edição da Revista Filantropia há 10 anos, acaba de lançar duas obras que se comprometem a ajudar na profissionalização do Terceiro Setor. Os livros serão o início de uma série de publicações técnicas voltadas para a gestão de obras sociais, desde a sua concepção até o monitoramento de resultados. Legislação, contabilidade ou prática de voluntariado também farão parte da coleção que se inicia com dois importantes assuntos da prática sustentável: comunicação e captação de recursos.



### Um dia de Captador

O livro *Um dia de captador*, de Marcelo Estraviz, baseia-se no relato do dia a dia de um captador de recursos que busca parcerias e financiadores em busca de sustentabilidade para sua instituição. Juntamente com o exemplo da rotina do profissional, o autor traz pílulas com informações técnicas, teóricas e dicas úteis para os captadores de recursos brasileiros.



Zeppelini Editorial  
Autor: Marcelo Estraviz  
Ano: 2011 - Edição: 1  
Número de páginas: 192

R\$  
**39,90**



## Comunicação - Visibilidade e Captação de Recursos

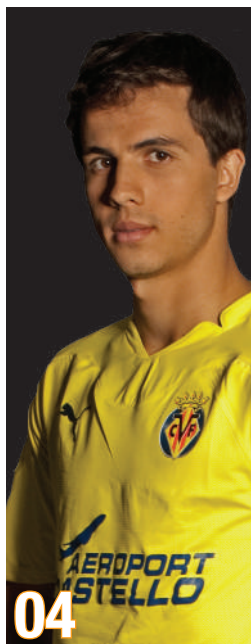
O Livro Comunicação – Visibilidade e Captação de Recursos para Projetos Sociais reúne matérias e artigos ligados à comunicação e ao marketing para a área social. Todos os textos presentes no livro já foram publicados na Revista Filantropia, especializada em gestão do Terceiro Setor, ao longo de seus dez anos de existência.

O objetivo do livro é proporcionar aos leitores estratégias de gestão da comunicação que possam incrementar as ações das instituições sociais, levando-as à profissionalização, fator cada vez mais presente no Terceiro Setor.

Zeppelin Editorial & Sebrae  
Autor: Marcio Zeppelini  
Ano: 2011 - Edição: 1ª  
Número de páginas: 208

R\$  
**39,90**

# Sumário



04

## Entrevista

Nilmar

Jogador brasileiro que atuou na Copa de 2010 e hoje joga na Espanha fala sobre apoio a projetos sociais de educação



18

## Captação de recursos

### Crowdfunding

Estratégia de captação pela internet consiste em utilizar a "força da multidão" para atrair recursos para uma causa



36

## Capa

### Comunicação Digital

Estratégias de comunicação virtual aliadas a ferramentas criativas incrementam as ações de divulgação da sua causa e organização, além de atrair novos colaboradores



43

## Prêmio Uma Boa História Mobiliza

### Histórias vencedoras

Conheça as histórias vencedoras da edição 2011 do prêmio realizado pela Revista Filantropia e pela Resource Alliance

Acontece	08
Ponto de Vista	14
Especial	16
Voluntariado	24
Contabilidade	26
Legislação	30

Meio Ambiente	50
Case Empresarial	52
DataFilantropia	56
Serviços	58
Reflexão	62
Geração de Renda	64

REVISTA  
**filantropia**  
& gestão social

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



**Zeppelin Editorial Ltda.**  
Rua Bela Cintra, 178  
CEP 01415-000  
São Paulo/SP – Brasil  
PABX (11) 2978-6686

Editor-chefe  
Marcio Zeppellini (MTB 43.722/SP)  
Redação  
Thais Iannarelli (MTB 46.415/SP)  
Juliana Fernandes (MTB 63.201/SP)  
Paula Craveiro  
Arte  
Cristiane Gonçalves Cabral  
Daniel Gallo  
Luciana Silva Rodrigues  
Rafael Tadeu Sarto  
Rodolfo Daufembach Lucas  
Ruben Moreira da Silva  
Edição  
Alba de Souza Wodianer Marcondes  
Karina Watanabe

Atendimento  
Ana Luisa Morais do Nascimento  
Juliana Moraes Barbosa Leal  
Moramis Alis Marçal  
Gestão Social  
Juliana Fernandes  
Maurício Dias Lopes  
Rogério Ramos Costa  
Thais Iannarelli  
Administração  
Mauro Zeppellini  
Raquel Siqueira Gomes  
Stefany Martins  
William Pires  
Comercial  
Hilton Rocha da Justa

Conselho editorial deliberativo  
Marcelo Monello  
Marcio Zeppellini  
Marcos Biasioli  
Mauro Zeppellini  
Ricardo Monello

Conselho editorial de pauta  
Anísia Sukadolnik  
Antonio Brito  
Custódio Pereira  
Eduardo Sabo  
Felipe Mello  
Fernando Credidio  
Livio Giosa  
Marcelo Estraviz  
Mílú 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 Zeppellini 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.



# Editorial

## A força paraolímpica

Sempre que assistia aos jogos olímpicos, a exemplo dos Jogos Pan-Americanos, ficava intrigado pelo fato de o evento paraolímpico ocorrer depois dos jogos tradicionais. Como o interesse nos Jogos Paraolímpicos era menor, minha sugestão sempre foi de que eles ocorressem antes, para que ganhassem mais visibilidade no mundo todo.

Neste ano, mudei de opinião. De fato, os Jogos Paraolímpicos devem ser depois.

Explico: em um concerto musical, as bandas menos importantes "abrem" para as grandes atrações, não é? Portanto, os Jogos Olímpicos, bem menos importantes, devem fazer a abertura dos Paraolímpicos, que possuem mais brilho e determinação dos atletas.

Apesar de o Brasil vir crescendo a passos lentos no quadro de medalhas dos Jogos Olímpicos e Pan-Americanos, é sofrível nossa atuação esportiva, chegando a pouco mais da metade das medalhas que os Estados Unidos levaram para casa. Nem quando jogamos em casa, em plena Cidade Maravilhosa, conseguimos sair da amarga 3ª posição no ranking de medalhas. No México, fizemos ainda mais feio – 141 medalhas, 16 a menos que no Pan 2007, ocorrido no Brasil.

Por outro lado, nossos esportistas Paraolímpicos deram mais um show!

Quanta energia irradiou dali, quantos sorrisos e quantas lágrimas emotivas! Cada uma das 172 medalhas representava mais do que um lugar no pódio. Significava uma vitória na vida, uma superação, o desafio de enfrentar a deficiência que os faz "diferentes" – e a diferença que os faz normais, muito mais do que aqueles esportistas tradicionais.

Enquanto uma vitória nos esportes Olímpicos significa uma renovação de contrato com seu patrocinador e mais uma medalha para sua coleção particular, para eles, os atletas paraolímpicos, a vitória é mais saborosa, pois sabem que ganharam ali uma renovação da vida!

Ainda que nosso rendimento no México também tenha sido pior do que o dos jogos do Rio, ficamos no lugar mais alto do pódio, com 50 medalhas a mais do que o segundo colocado, os EUA.

Fica claro que a atuação do Terceiro Setor foi essencial aos atletas do ParaPan. E, para mim, ficou claro que o evento principal deve ser sempre aberto por outro de menor importância.

Parabéns aos atletas paraolímpicos. Não só aos medalhistas, mas a toda a delegação que representou a determinação brasileira.

E que determinação!

Abraços sustentáveis,

**Marcio Zeppelini**  
empresário, escritor e otimista.  
marcio@zeppelini.com.br



1º Lugar – Ricardo Lopes. Obra: Pequenos passos

Concurso de fotografia Objectiva 2011: Um olhar sobre a reciclagem de resíduos de embalagens, promovido pela Sociedade Ponto Verde com o objetivo de recolher o olhar da população sobre a reciclagem de embalagens.



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

### Idealizadores



### Parceiros Institucionais





# JOGO Uma GADA de mestre



Projeto que visa levar conhecimento e cultura para alunos de escolas públicas tem Nilmar como padrinho

Por Juliana Fernandes

**N**ilmar Honorato da Silva é um dos jogadores mais habilidosos do futebol nacional. Atualmente no Villarreal, da Espanha, o paranaense de Bandeirantes já esteve em campo pelos principais times do país, entre eles: o Internacional de Porto Alegre – onde foi revelado – e o Sport Club Corinthians Paulista. Vestindo a camisa da seleção brasileira, o jogador foi um dos 23 convocados para a Copa do Mundo de 2010. Hoje, além de trabalhar para representar o país na próxima edição da competição em 2014, Nilmar ainda atua como padrinho do projeto 'Era uma vez Europa'. A iniciativa busca dar oportunidades de conhecimento e desenvolvimento social e cultural, além de incentivar os estudos aos jovens que não teriam a oportunidade de fazer um intercâmbio por conta própria.

Por meio de atividades multidisciplinares, o programa é dividido em três etapas: "Era uma vez... Redação", em que os participantes produzem textos e as 100 melhores redações escolhidas se tornam parte de um livro – distribuído em escolas do Brasil e da Europa; na segunda fase, os selecionados seguem para o "Era uma vez... Capoeira" para terem contato direto com as raízes históricas da cultura do país; e, por fim, os alunos têm a chance de conviver com estudantes europeus e fazer apresentações de capoeiras nas escolas estrangeiras. O intuito principal é compartilhar experiências e realizar atividades culturais. Em entrevista à **Revista Filantropia**, Nilmar conta como pretende ajudar no combate ao abandono escolar por meio de sua atuação no projeto. ▶

**Revista Filantropia: Atualmente, você participa como padrinho do Projeto Era uma vez Europa. Conte um pouco sobre a iniciativa e sua atuação.**

**Nilmar:** A iniciativa é muito ambiciosa e compreende uma atividade multidisciplinar desde o início, para colaborar no desenvolvimento social de uma zona muito concreta do Brasil: São Paulo e Paraná. O objetivo é diminuir o absentismo escolar das crianças mais desfavorecidas em uma idade crítica de suas vidas (13 e 14 anos), que é o período mais sensível para entrarem no mundo das drogas. Eu promovo esse projeto, o qual incentiva a atividade cultural e consiste na realização de uma redação escolar, aprendizado da capoeira e um estágio na Europa.

**RF: Como surgiu o convite para o projeto e o que o motivou a aderir à causa?**

**N:** Sou consciente dos problemas sociais que existem em todas as partes do mundo e especialmente no meu país. Sempre quis ajudar as crianças carentes, e quando recebi a proposta, não pensei duas vezes.

**RF: O projeto busca incentivar e contribuir com a educação no Brasil. Em sua opinião, qual a importância de agregar o esporte ao desenvolvimento educacional das crianças e dos adolescentes?**

**N:** Considero que o esporte desenvolve a criança fisicamente e mentalmente, ajudando em sua formação, para que aprendam a respeitarem o próximo e a trabalharem em grupo.

**RF: Em sua opinião, o Brasil possui políticas públicas eficientes para o desenvolvimento de novos atletas?**

**N:** Acredito que, com as mudanças que vêm acontecendo, o Brasil está realizando um esforço muito grande para chegar ao nível das grandes potências do esporte. Porém, ainda é preciso trabalhar muito. Mas, acho que o país está no caminho certo.

**RF: De que maneira os eventos esportivos que o país sediará, em 2014 e 2016, irão ajudar na profissionalização e no investimento nos futuros esportistas?**

O objetivo é diminuir o absentismo escolar das crianças mais desfavorecidas em uma idade crítica de suas vidas (13 e 14 anos), que é o período mais sensível para entrarem no mundo das drogas

**N:** É um feito fantástico para o Brasil sediar a Copa do Mundo em 2014 e as Olimpíadas em 2016. Sem sombra de dúvidas será incrível, e como brasileiro espero poder participar da Copa do Mundo de 2014. Esses dois eventos esportivos ajudarão o desenvolvimento do país tanto na parte de infraestrutura quanto na parte econômica. Acredito que, a partir desses acontecimentos, seremos um exemplo para os outros países com as mesmas características que o Brasil.

**RF: Quem é o seu ídolo no esporte? Algum jogador que seja uma inspiração por seu trabalho dentro e fora dos campos.**

**N:** É claro que o meu maior ídolo é o Pelé. Acho que para todos os jogadores de futebol brasileiros, o Pelé é uma referência por toda a história que ele viveu.

**RF: Sempre que possível, você se reúne com outros de jogadores em partidas beneficentes. Qual é a importância dos atletas se engajarem em eventos desse tipo?**

**N:** Acho que é muito importante ajudar os que mais precisam. Sempre que minha agenda esportiva me per-

mite eu colaboro em todas essas iniciativas, que são muito importantes para diminuir a desigualdade social.

**RF: Muitos esportistas, além de participarem de ações sociais, criam o seu próprio Instituto ou Fundação, como no caso dos ex-jogadores Raí, Leonardo e Cafú. Já pensou na possibilidade de ter a sua própria instituição social?**

**N:** No dia de hoje não tenho pensado, mas não descarto no futuro. Mas, gostaria de fazer algo na minha cidade, Bandeirantes (Paraná).

**RF: Qual é a sua opinião sobre o trabalho realizado pelas organizações e entidades não-governamentais no Brasil?**

**N:** Acho que o Brasil é um país formado por boas pessoas, que cada vez mais se sensibilizam para ajudar os que precisam. Nós, jogadores, também falamos cada vez mais de nossas obrigações quanto à sociedade. ☺

# ECONÔMICA Desenvolvimento Empresarial

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





# 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





Valter Caparvalho/ABR

As ministras de Direitos Humanos, Maria do Rosário, e de Políticas Públicas para as Mulheres, Iriny Lopes, participam do lançamento do programa Mulheres Mil

## Programa Mulheres Mil

O governo acaba de lançar o programa Mulheres Mil. A iniciativa pretende formar e inserir 100 mil mulheres no mercado de trabalho até 2014. O projeto, que faz parte do Plano Brasil sem Miséria, quer dar acesso à educação profissional a mulheres em situação de vulnerabilidade social, como mães solteiras ou chefes de família que não tiveram oportunidade de estudar ou de serem inseridas no mercado formal. As ações serão executadas em parceria com os ministérios da Educação e do Desenvolvimento Social e Combate à Fome e pelas secretarias de Direitos Humanos e de Políticas para as Mulheres. Ainda neste ano, 100 *campi* da rede federal deverão beneficiar 10 mil mulheres com a aplicação do programa.

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



Rafaela

Centro Petrobras de Referência Esportiva, em Manaus (AM)

## Centro Petrobras de Referência Esportiva

A Petrobras inaugurou o terceiro Centro Petrobras de Referência Esportiva, em Manaus (AM). O espaço vai atender 550 crianças e adolescentes em ações envolvendo esporte e educação. As atividades do Centro Petrobras de Referência Esportiva do Amazonas serão realizadas em dois espaços: na área das Aldeias Infantis SOS Brasil, onde são desenvolvidos esportes coletivos: futebol, voleibol, taekwondo, entre outras atividades, e na Liga Náutica Estadual do Amazonas, onde os alunos praticam remo e natação. O Programa Petrobras Esporte & Cidadania ainda prevê a instalação de sete centros em todas as regiões do país até 2012. Dois deles já estão em funcionamento no Rio de Janeiro (RJ) e na Bahia (BA).

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



Valter Caparvalho/ABR

Palácio do Planalto com iluminação cor-de-rosa.

## Congresso Nacional adere ao movimento Outubro Rosa

O Congresso Nacional recebeu uma iluminação especial ao aderir ao Movimento Outubro Rosa. A cor foi usada para iluminar o Senado e a Câmara dos Deputados, com o objetivo de alertar a população sobre o problema do câncer de mama no mundo. Foram realizadas ações durante todo o mês de outubro em várias cidades do país. Entre elas, a iluminação de prédios e monumentos históricos como o Cristo Redentor e o Santuário Nossa Senhora da Penha, no Rio de Janeiro. Em Brasília, além da iluminação especial também foram realizadas palestras gratuitas para funcionários, congressistas e interessados. O projeto acontece no Brasil desde 2008, por intermédio da Federação Brasileira de Instituições Filantrópicas de Apoio à Saúde da Mama (Femama).

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



Valter Caparvalho/ABR

Ministro da Saúde, Alexandre Padilha, durante entrevista coletiva

## Ações para o enfrentamento da dengue

O ministro da Saúde, Alexandre Padilha, apresentou um conjunto de ações estratégicas para o enfrentamento da dengue no próximo verão. Entre as medidas estão um incentivo financeiro de R\$ 90 milhões a ser distribuído para 989 municípios. O objetivo é qualificar ações de prevenção e controle da doença. Para isso, cada gestor local terá que notificar casos suspeitos de dengue grave e mortes, além de oferecer uma rede de atenção primária capaz de atender casos registrados em sua área de abrangência. "Esse incentivo é para que os municípios e os Estados tenham qualidade no combate à dengue", disse Padilha. Segundo ele, o incentivo deve funcionar como estímulo, por exemplo, para um aumento no número de visitas domiciliares feitas pelos agentes.

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



Ministra do Meio Ambiente, Izabella Teixeira, participa do seminário sobre Proteção de Espécies Ameaçadas de Extinção

## Seminário sobre proteção de espécies ameaçadas de extinção

O futuro das espécies ameaçadas de extinção foi tema de uma palestra promovida pela Comissão de Meio Ambiente do Senado. Os palestrantes debateram, entre outros assuntos, a política de conservação ambiental do governo, a legislação brasileira de proteção às espécies em extinção e as mudanças no Código Florestal. Outro ponto em discussão é o embate entre a preservação da natureza e o crescimento das áreas destinadas ao agronegócio. Segundo os organizadores do evento, o Brasil tem hoje 627 espécies de animais e plantas em risco de extinção. E para o presidente da Comissão de Meio Ambiente, senador Rodrigo Rollemberg, o país deve ser um exemplo de conservação ambiental, já que tem o maior patrimônio de biodiversidade do planeta.

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



Agentes do Detran do Distrito Federal distribuem material educativo aos motoristas

## Semana Nacional de Trânsito 2011

O Ministério das Cidades e o Denatran promoveram a Semana Nacional de Trânsito 2011. Com o tema “Juntos Podemos Salvar Milhões”, a ação conscientizou a população sobre a necessidade de respeito às regras de convivência no trânsito. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), em 2009 cerca de 1,3 milhão de mortes foram causadas em decorrência de acidentes nas estradas e rodovias. Desse montante, a falha humana lidera as causas da violência. Paralelamente à Semana Nacional do Trânsito, também foi celebrado o Dia Mundial Sem Carro. A ação teve o objetivo de conscientizar os cidadãos para os possíveis prejuízos do uso excessivo de automóveis em detrimento de meios que possam promover a sustentabilidade.

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

## Caravana Direitos Humanos pelo Brasil

A Secretaria de Direitos Humanos (SDH) da Presidência da República lançou em Fortaleza (CE) a Caravana Direitos Humanos pelo Brasil, que vai percorrer o país para levar informações sobre políticas públicas e identificar violações de direitos humanos. A ministra da SDH, Maria do Rosário, disse que a iniciativa quer consolidar uma “cultura de direitos humanos no Brasil” e aproximar os cidadãos de seus direitos. “Queremos mostrar que os direitos humanos dizem respeito à cidadania, educação, saúde, qualidade nos serviços públicos, ao acesso à educação básica, à informação”, listou Rosário. Na primeira etapa do projeto, a caravana deve passar por pelo menos uma capital de cada região do país.

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

## Teste da orelhinha obrigatório

O Senado acaba de lançar uma campanha para divulgar a obrigatoriedade do teste da orelhinha. O procedimento, usado para diagnosticar problemas auditivos em bebês, é obrigatório em todos os hospitais e maternidades desde o ano passado. Porém, o Conselho Federal de Fonoaudiologia chama a atenção para o desconhecimento da lei nº 12.203, que determina a realização do procedimento. Segundo a entidade, 15 milhões de crianças necessitam de tratamento por falta do diagnóstico precoce. Para ajudar na divulgação da lei federal, o Senado apresentou uma campanha publicitária com material explicativo impresso, além de um vídeo de 30 segundos. Ainda foi recomendado que os pais verifiquem se há o item triagem auditiva na caderneta de vacinação da criança.

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

## Transferências da Lei Rouanet

Todos os procedimentos do Ministério da Cultura realizados junto ao Banco do Brasil – visando à abertura de contas, aportes e transferências de recursos de projetos culturais incentivados pela Lei Rouanet – passarão a ser automatizados. Segundo o ministério, a medida possibilitará maior agilidade e segurança a todo o processo. O comunicado dos novos procedimentos foi feito pelas Secretarias de Fomento e Incentivo à Cultura (Sefic) e do Audiovisual (SAV). As instruções devem ser observadas rigorosamente por proponentes e incentivadores, para que seja evitada a ocorrência de depósitos equivocados e garantida a segurança das informações a serem prestadas à Receita Federal.

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

## Segurança Alimentar e Nutricional

Criar um pacto contra a fome e avaliar avanços do direito humano à alimentação adequada e saudável. Assim, governos e sociedade civil se prepararam para a 4ª Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional, realizada em Salvador. A secretária nacional de Segurança Alimentar e Nutricional do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), Maya Takagi, acredita que a conferência foi o clímax da discussão: “Falamos de programas que apoiam a produção de alimentos, de ações de sustentabilidade e de iniciativas que trabalham o acesso aos alimentos, como o de aquisição de alimentos da agricultura familiar, merenda escolar e acesso à saúde e à orientação nutricional”, listou a representante.

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



Divulgação

Fachada do Centro de Treinamento, em São José dos Pinhais

## Centro de Treinamento Sustentável HSBC

Com o investimento de R\$ 12 milhões, o HSBC adota conceitos de sustentabilidade na reconstrução do seu Centro de Treinamento, em São José dos Pinhais (PR). No local, serão realizadas atividades com foco em capacitação e engajamento dos colaboradores para a sustentabilidade, como: *workshops*, visitas guiadas, caminhadas ecológicas e oficinas de reflorestamento. Em um estágio mais avançado, clientes, fornecedores e a comunidade local também serão convidados a participar das dinâmicas. O centro ainda conta com uma Sala de Sustentabilidade, cujo objetivo é proporcionar ao visitante a oportunidade de ter experiências com o tema, com exemplos de algumas ações de voluntariado, negócios sustentáveis, meio ambiente e investimento social.

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



Divulgação

Doação de voos de carga para a Somália, realizada pela FedEx

## FedEx Express doa dois voos de carga ao Unicef

A FedEx Express entregou no Quênia quase 91 toneladas de alimentos. Organizada em parceria com o Unicef, a iniciativa teve por objetivo levar ajuda às vítimas de desnutrição infantil aguda no sul e no centro da Somália. O envio filantrópico coincidiu com o anúncio da empresa de que mais um voo seria doado para ajudar a região. Juntos, esses carregamentos beneficiaram mais de 6 mil crianças vítimas de desnutrição aguda e forneceram alimentos com reforço nutricional a 4 mil famílias, por duas semanas. "É um privilégio e uma honra ver a FedEx colocando sua *expertise* logística para levar socorro às crianças necessitadas dessa região", disse Gerald Leary, presidente da divisão Europa, Oriente Médio, Subcontinente Indiano e África da FedEx Express.



Divulgação

Luiza Brunet veste a camiseta da campanha Avon Contra o Câncer de Mama

## Parceira pela detecção precoce do câncer de mama

Para imprimir maior agilidade à campanha mundial Outubro Rosa 2011, a Avon anunciou uma parceria com a Federação das Associações Filantrópicas pela Saúde da Mama (Femama), o que significa que as mobilizações Avon Contra o Câncer de Mama contarão com o apoio e a participação das 51 entidades filiadas. No Brasil inteiro, funcionários da empresa e revendedores autônomos da marca realizarão caminhadas, palestras e outros eventos que promovem a conscientização do maior número possível de pessoas sobre os cuidados com a prevenção da doença. Até o fim do ano, três grandes mobilizações promovidas pelo Instituto Avon já estão programadas: uma em Fortaleza (CE), outra em Salvador (BA) e a terceira em Recife (PE).

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



Divulgação

Voluntários reunidos com a comunidade local

## SABB Coca-Cola participa da caravana Voluntários do Sertão na Bahia

A SABB Coca-Cola participou da caravana Voluntários do Sertão, realizada às margens do Rio São Francisco. Em sua 11ª edição, a iniciativa teve como objetivo levar atendimento médico e odontológico para a população carente das cidades de Carinhanha e Malhada, no interior da Bahia. Para auxiliar todos os envolvidos neste projeto, a SABB fez a doação de mais de 14 mil unidades do produto I9, que foram destinados à hidratação dos voluntários. "Fazemos questão de apoiar ações sociais como esta, pois entendemos que a iniciativa privada também deve ajudar na construção de um país mais justo, com mais oportunidades e menos desigualdades", salienta o diretor de Relações Institucionais da SABB Coca-Cola, Mauro Ribeiro.

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



Representantes oficializam a parceria, em prol do Gol de Letrinhas

## Nissan firma parceria com a Fundação Gol de Letra

A Nissan firmou uma parceria com a Fundação Gol de Letra para apoiar a continuidade de um de seus mais importantes projetos, o Gol de Letrinhas. A ação de responsabilidade social tem por objetivo disponibilizar oficinas de leitura, escrita, artes e informática para 210 crianças e adolescentes, de 7 a 14 anos, e também a seis jovens monitores, de 15 a 21 anos, atendidos pela unidade localizada no Caju, um dos 13 bairros com menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) da cidade do Rio de Janeiro. O presidente da Fundação Gol de Letra, Raí de Oliveira, comemorou a parceria. "A chegada da Nissan reforça o nosso comprometimento e nos dá a certeza de estar realizando um trabalho sério e de resultados positivos".

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



Funcionários doaram dia de trabalho a reformas de equipamentos públicos e recreação com crianças do bairro

## Voluntários Telefônica transformam bairro em SP

A Barra Funda, em São Paulo, recebeu cerca de 1.700 funcionários do Grupo Telefônica dispostos a trabalhar pelo bairro. Eles participaram do Dia dos Voluntários Telefônica, que aconteceu pelo sexto ano consecutivo. Desta vez, o evento teve um significado especial, ao representar um marco na integração dos colaboradores da Telefônica e da Vivo, desde que houve a fusão das empresas. Para celebrar a junção, os voluntários reformaram não apenas uma instituição, como ocorreu nos últimos cinco anos, mas transformaram vários equipamentos públicos do bairro. A Barra Funda foi escolhida para receber os benefícios, por já possuir uma articulação social a partir do desenvolvimento do projeto Rede Nossa Barra Funda.

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

## Grupo Pão de Açúcar pela erradicação da pobreza

O Grupo Pão de Açúcar participou, em Arapiraca (AL), do lançamento regional do Brasil Sem Miséria – Nordeste, plano do governo federal destinado a erradicar a pobreza extrema na região. Durante o evento, o Grupo assinou um Acordo de Cooperação Técnica em que se comprometeu a comercializar produtos locais, contribuindo com o desenvolvimento da agricultura familiar, geração de renda, promoção da cultura e do desenvolvimento socioambiental. A parceria, que também conta com adesão da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), busca promover e assegurar o uso sustentável da biodiversidade, respeitando a cultura e tradições dos agricultores.

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

## Parceria para qualificar a educação infantil

O Santander e o Ministério da Educação (MEC) acertaram um acordo de cooperação técnica que vai beneficiar a educação das crianças de zero a cinco anos. Chamado Programa de Educação Infantil do Santander, o projeto oferece apoio técnico-pedagógico às equipes das Secretarias de Educação de 19 municípios da Bahia inseridos no Prolíngua (Programa Nacional de Reestruturação e Aquisição de Equipamentos para a Rede Escolar Pública de Educação Infantil), do MEC. O objetivo é contribuir com a qualificação do atendimento promovido pelo programa por meio da criação de uma cadeia formativa, que começa com os técnicos das Secretarias, passa pelos coordenadores pedagógicos das creches e pré-escolas e alcança os professores.

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

## Taça das Favelas

A P&G Brasil e a Gillette Desodorantes anunciaram mais uma ação de apoio ao esporte com o patrocínio da Taça das Favelas, promovida pela Central Única das Favelas (Cufa). A primeira edição do evento acontecerá em janeiro e fevereiro de 2012, no Rio de Janeiro. A ação reunirá jovens de 15 a 17 anos em uma grande competição de futebol de campo entre 80 seleções (64 equipes masculinas e 16 femininas). A parceria com a Cufa reforça o comprometimento da P&G Brasil, por meio da sua marca Gillette Desodorantes, com projetos que buscam valorizar e contribuir para o desenvolvimento de crianças e jovens, e garantir o direito ao esporte como meio de reduzir barreiras sociais, econômicas e culturais.

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

## Carrefour promove semana da Melhor Idade

O Carrefour promoveu, em parceria com a Kimberly-Clark, a Semana da Melhor Idade. Na ocasião, foram realizadas diversas ações com foco na qualidade de vida e no bem-estar dos clientes que estão na Terceira Idade. Cada dia da semana teve uma programação especial, sempre iniciada por um café da manhã. Os participantes realizaram avaliações físicas e participaram de aulas de alongamento, caminhadas orientadas, além de receberem dicas de nutrição, qualidade de vida, prevenção e saúde. Todas as atividades aconteceram gratuitamente nas lojas Carrefour Pinheiros e Carrefour Osasco, em São Paulo, entre os dias 15 e 19 de outubro.

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



Distribuição beneficiou mais de 10 mil deficientes visuais

## Fundação Dorina Nowill distribui 4,5 mil livros acessíveis

Uma das formas de acesso à cultura e ao conhecimento à disposição das pessoas com deficiência visual é a oferta de livros em formato Braille, áudio ou digital acessível. Para atender esta demanda, a Fundação Dorina Nowill para Cegos criou o projeto Ler sem Ver, que, com o patrocínio da White Martins, produziu e distribuiu 4,5 mil livros infantis, infantojuvenis, clássicos e *best-sellers* atuais em formatos acessíveis. Foram beneficiadas 138 bibliotecas e salas de leitura na capital e em outros 74 municípios do interior, que, juntas, somam o atendimento direto ou indireto de mais de 10 mil deficientes visuais. O projeto foi realizado com o apoio do incentivo do Governo do Estado de São Paulo – Programa de Ação Cultural da Secretaria da Cultura.

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



Novas unidades irão reduzir as filas de espera por atendimentos

## Novas unidades AACD

Foi inaugurado o novo centro de reabilitação Olavo Egydio Setubal, da Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), localizada na Avenida Zaki Narchi, em Santana (SP), com capacidade para atender 140 pessoas por dia. Na ocasião, também foi inaugurada a unidade da Zona Sul, Maria Hecilda Campos Salgado, situada na Avenida Miguel Yunes, no bairro de Campo Grande, com capacidade para atender diariamente 290 pessoas. Com esses dois novos centros de reabilitação, a AACD passa a absorver boa parte da demanda, que atualmente tem na fila de espera cerca de 35 mil pessoas, além de evitar que os já pacientes da instituição tenham de se deslocar da zona norte ou do extremo da zona sul de São Paulo até a sede da principal, que fica na Vila Clementino.


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



Frases de conscientização foram projetadas em frente ao Parque Villa-Lobos

## Conscientização sobre a importância das árvores

Para comemorar o Dia da Árvore, a Fundação Amazonas Sustentável (FAS) realizou a campanha: Todos gostam de sombra, mas poucos cuidam das árvores. A ação, que aconteceu em frente ao parque Vila Lobos, em São Paulo, teve como objetivo chamar a atenção da sociedade para a importância da Amazônia na qualidade de vida. A iniciativa apresentou imagens de sombras de árvores que, colocadas próximas a tocos derrubados, davam realidade à frase apresentada. Com isso, a Fundação conseguiu divulgar informações sobre o seu trabalho para conservar o bioma e ainda alertar os moradores da cidade sobre o que acontece na floresta e quais são as melhores estratégias para a conservação desse patrimônio.

 [www.fas-amazonas.org](http://www.fas-amazonas.org)



Os professores Valeriano Costa e Bruno Speck da Cesop – Unicamp, durante lançamento da publicação

## Sistemas de Integridade nos Estados Brasileiros

O Instituto Ethos divulgou os resultados preliminares de uma pesquisa realizada pelo Centro de Estudos de Opinião Pública (Cesop), da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), sobre os sistemas de integridade nos Estados brasileiros. O lançamento fez parte do seminário Fundamentos para a Prevenção e o Combate à Corrupção, que marcou o encerramento do Convênio Mobilização do Setor Privado pela Integridade e pelo Combate à Corrupção, entre a Coordenadoria-Geral da União (CGU), o Instituto Ethos e o Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (UNODC), o qual vigorou entre abril de 2009 e julho de 2011. O evento contou com a presença de representantes da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e do Ministério Público.

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



Organização promove a experiência da alegria como fator potencializador de relações saudáveis

## Doutores da Alegria realizam eventos em São Paulo

Os Doutores da Alegria realizaram a 2ª Oficina Para Pais e Filhos de 2011. Criado em 2009, o projeto tem como principal objetivo a diversão familiar, sem videogames ou computadores, para que as novas gerações tenham a oportunidade de se divertir do jeito que seus pais se divertiam. A atividade foi dirigida por Wellington Nogueira (Dr. Zinho) e Thais Ferrara (Dra. Ferrara) e inclui jogos tradicionais como pega-pega, estátua e o mestre mandou. O grupo também se apresentou no Teatro Tucarena com o espetáculo Roda Besteirológica – reunião de cenas vividas e experimentadas nos hospitais, voltado para crianças e adultos. Na ocasião, foram mostradas esquetes criadas a partir das visitas aos leitos pediátricos dos hospitais.

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



Evento de mobilização para Campeonato Sem violência, só prazeres! promove interação de famílias no Morro dos Prazeres

## Campeonato de futebol pelo fim da violência contra a mulher

O Morro dos Prazeres, comunidade no bairro carioca de Santa Tereza, foi palco de um campeonato de futebol que integra a estratégia da campanha “Homens pelo fim da violência contra a mulher”, coordenada pela ONG Promundo. A ideia central é promover a reflexão sobre os padrões de gênero que produzem diferenças em relação ao poder de decisão entre mulheres e homens. Outro objetivo é lançar luz e discutir sobre os fatores que reproduzem violências e comportamentos, os quais acabam naturalizando o uso da força contra mulheres e crianças e afastando os pais da relação de cuidado e afeto com seus filhos. A atividade envolveu os moradores durante os jogos e integrou as famílias em torno do tema da prevenção à violência contra mulher e da equidade de gênero.

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

## Campanha Mulheres e Direitos

As Nações Unidas e parceiros lançaram a campanha Mulheres e Direitos. Composta por três filmes para TV, a iniciativa aborda a importância da denúncia dos casos de violência contra as mulheres e acionamento do serviço 180 – Central de Atendimento à Mulher. A campanha tem como objetivo principal contribuir para a sensibilização da população com vistas à redução da violência contra a mulher e para a promoção da equidade de gênero e da saúde feminina. Entre os colaboradores estão: a ONU Mulheres – entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres, o UNFPA – Fundo de População das Nações Unidas, o Unicef – Fundo das Nações Unidas para a Infância e o Instituto Maria da Penha.

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

## Projeto de consumo consciente

O Instituto Akatu, a Braskem e o Instituto Faça Parte se uniram para levar a 136 escolas do Rio de Janeiro o projeto Um Novo Olhar sobre o Plástico, iniciativa nacional que tem como objetivo chamar a atenção de educadores e alunos para a importância dos temas ligados ao consumo consciente e à sustentabilidade. A ação pretende incentivá-los a propor soluções para problemas atuais ligados aos temas, tais como a escolha do que consumir, diferenças nas cadeias produtivas a respeito da ecoeficiência, combate ao descarte inadequado de resíduos e ao desperdício de água e energia. Em todo o país, 1.577 escolas foram contempladas e escolhidas dentro da rede do Instituto Faça Parte.

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

## Acessibilidade e futebol

Foi realizado o encerramento da 2ª edição do projeto Deficiente Residente. A ação teve o objetivo de promover uma maior acessibilidade ao Museu do Futebol, localizado no estádio do Pacaembu (SP), ao proporcionar experiências de convívio entre deficientes e educadores. Os dois residentes, Mario Paulo Greggio e André Amêndola, percorreram as salas expositivas junto com os educadores para apresentar aos convidados do grupo de Deficientes Intelectuais Nossa Turma o que mais os impactou durante os três meses de permanência no Museu. O projeto Deficiente Residente é coordenado pelo Núcleo Educativo do Museu do Futebol. A primeira edição aconteceu em 2010, contemplando a deficiência visual.

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

## Redução da mortalidade infantil

A Fundação Abrinq lançou a campanha Por Todas as Crianças, com o objetivo de ajudar o Brasil a reduzir a mortalidade infantil e melhorar a saúde materna. A campanha foi desenvolvida pela organização internacional Save the Children para fazer com que vários países consigam cumprir as metas estabelecidas pela Organização das Nações Unidas (ONU) nos Objetivos do Milênio. “Vamos focar [a campanha] nos problemas brasileiros específicos das regiões Norte e Nordeste, como mortalidade infantil e mortalidade materna”, disse a gerente executiva da Fundação Abrinq, Denise Cesário. Atualmente, 8 milhões de crianças menores de 5 anos morrem por ano em todo o mundo.

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



# Pensando grande

Sharon Jackson, diretora de Desenvolvimento de Mercado Internacional na ActionAid International, fala sobre grandes doadores e a posição do Brasil na área social

Por Thaís Iannarelli

**Q**uando se fala em captação de recursos, o que não faltam são técnicas e abordagens específicas para atrair cada tipo de financiador. Uma das ferramentas existentes para captar recursos é chamar a atenção dos grandes doadores, ou seja, indivíduos ou empresas que doem grandes quantidades às instituições.

Sharon Jackson, diretora de Desenvolvimento de Mercado Internacional da ActionAid International, atua na área de captação com grandes doadores há 11 anos, especialmente pessoas físicas, fundações e empresas. Em entrevista à **Revista Filantropia**, ela fala sobre o desenvolvimento do Terceiro Setor, as diferenças entre os doadores de cada região do mundo e as perspectivas de futuro para o Brasil.

**Revista Filantropia: Como você compararia a área social na Europa e em outras partes do mundo, como a América Latina?**

**Sharon Jackson:** Primeiro é preciso enfatizar que há muitas diferenças até dentro da Europa – por exemplo, pessoas na Suécia e na Dinamarca acreditam muito nos impostos – elas acreditam que o governo tem mais capacidade para redistribuir a riqueza entre os que têm muito e os que não têm nada. Enquanto isso, os ingleses preferem ter mais domínio sobre o destino de seu dinheiro, então, confiam menos nos impostos e mais nas doações. Mas há algumas diferenças importantes entre a Europa e outras partes do mundo. Primeiramente, na Europa usamos o fator “chocante” da pobreza para chamar a atenção dos doadores. Isso nem sempre funciona para aqueles que vivem em países

onde a pobreza está presente diariamente – e onde talvez saibam mais sobre o assunto do que o próprio captador.

**RF: O que motiva as pessoas a se tornarem doadoras?**

**SJ:** Os motivos para doar podem ser bem diversos. A maioria das pessoas torna-se doadora na Europa por motivos altamente altruístas, e depois percebem que podem, pessoalmente e profissionalmente, ganhar com a experiência. Em outras partes do mundo, como a América Latina, o interesse inicial das pessoas na filantropia pode surgir de motivos menos altruístas, como expectativas sociais ou reconhecimento, achando que a filantropia pode ajudar a expandir seus negócios. Por exemplo, é comum que os doadores russos comecem a doar porque acham que devem fazer isso para serem considerados mais legítimos, e estarem



inseridos no mesmo círculo social de pessoas como Bill Gates. Com o tempo, porém, vemos que os motivos mudam. Como diriam nossos colegas norte-americanos, as pessoas percebem a “alegria de doar” e continuam a fazê-lo por razões diferentes. Um dos maiores desafios que enfrentamos em partes do mundo como a América Latina é o fato de que nossos maiores doadores são as mesmas pessoas/ organizações que causam alguns dos maiores problemas sociais que tentamos resolver. Talvez seja a empresa deles que despeja as comunidades de suas terras, por exemplo. Essa situação pode ser bem complicada!

**RF: Como as organizações podem encontrar empresas, fundações e indivíduos que queiram doar grandes montantes?**

**SJ:** Meu conselho é sempre começar com quem você conhece. Observe quem já apoia a organização, se existem indicativos de que algum deles poderia colaborar mais. Eles fizeram alguma doação maior recentemente? Moram em uma área nobre da cidade? Estão ligados a alguma grande empresa? Também é importante observar fornecedores e outras organizações com a qual você trabalha. Descubri que a forma mais fácil de encontrar grandes doadores em potencial, pelos nove países em que trabalhei, é identificar as conexões pessoais de membros da diretoria. Identificar essas conexões e ganhar acesso a elas é quase uma arte – não é fácil, e normalmente existe resistência –, mas como captadora de recursos e membro de diretoria, posso dizer que costuma ser a melhor técnica.

**RF: Como as organizações sociais podem abordar um grande doador?**

**SJ:** É importante lembrar que podem ser necessários de 18 meses a 2 anos para identificar um grande doador e assegurar uma grande doação – e não existe uma fórmula para abordá-los. A chave é pesquisar muito – descobrir o máximo possível sobre a capacidade de doação do indivíduo, seus interesses, formas de engajamento na organização etc. Parte dessa pesquisa deve ser feita antes de qualquer encontro ou telefonema – mas a outra parte serão esses passos. Se de repente você receber uma doação maior que o normal de um doador, ligue para agradecer e tente descobrir o que o levou a fazer isso. É incrível o que você pode descobrir diretamente com o doador. Além disso, a chave é construir um relacionamento. Como dizem, você não pede a garota em casamento até que tenha certeza que ela vai dizer sim! Da mesma forma, quando pedir uma doação maior, deve ter certeza de que a pessoa está interessada em doar mais e o quanto pode dar. Claro que sempre é preciso ir

pela intuição. Quando os doadores começam a dizer coisas como, “Quais são suas maiores necessidades?” ou “Quanto custa para fazer X?”, significa que estão começando a pensar em doar. A maioria vai pedir uma proposta física para que entendam melhor onde será investido o dinheiro deles.

**RF: Você acha que as organizações estão preparadas para dar início a essa estratégia de captação, de forma geral?**

**SJ:** Existem duas práticas necessárias para captar recursos com grandes doadores: Uma prospecção de doadores e um captador excelente em relacionamentos. Particularmente, considero o último item o mais importante – você precisa de alguém que ame trabalhar fora do escritório, fazer contatos e encontrar pessoas. Alguém que fique confortável pedindo dinheiro e doações. Um programa de grandes doadores conta muito com o captador. Além da prática, é preciso ter a cultura certa na sua organização. Grandes doadores normalmente querem ter acesso à diretoria, querem visitar o trabalho, doar para projetos específicos. Sua organização deve estar disposta a atender esses pedidos.

**RF: E as celebridades que se envolvem em uma causa? Isso também pode ser considerado uma “doação”, já que usam sua imagem para promover a causa?**

**SJ:** As celebridades podem ser embaixadores fantásticos para sua causa. Elas podem nos ajudar a atrair novos financiadores, dar mais credibilidade à organização e ser uma voz influente. Na ActionAid, somos gratos a pessoas como Julia Lemmertz e Emma Thompsom, que são verdadeiras embaixadoras do nosso trabalho. Mas é preciso cuidado ao escolher as celebridades, porque ao publicamente conectar sua organização a uma pessoa, sua reputação também se conecta com a dela. Julia e Emma são tão importantes para a ActionAid porque estão de fato envolvidas com a organização e o trabalho – ou seja, não é só um negócio publicitário nem para elas, nem para nós.

**RF: Como você vê o desenvolvimento do Brasil em relação à área social?**

**SJ:** O Brasil é um país muito interessante no momento. A economia está crescendo, enquanto as economias da Europa e dos Estados Unidos lutam contra a ameaça de uma recessão. Há uma crescente preocupação com questões envolvendo o desenvolvimento social – e um espírito ativista vibrante. A cultura da filantropia está em desenvolvimento. Acho que os olhos das organizações sociais do mundo estão voltados para o Brasil e para as oportunidades que vão se desenvolver nos próximos anos. ☺

Podem ser necessários de 18 meses a 2 anos para identificar um grande doador e assegurar uma grande doação – e não existe uma fórmula para abordá-los

# O perfil dos doadores para projetos sociais no Brasil

Pesquisa mostra que a classe C é a mais solidária e a que mais contribui com as causas sociais no país

Por Rogério Costa

Cada vez mais, a renda das famílias brasileiras está melhorando, assim como seu poder aquisitivo. Os filhos estudam em melhores escolas e chegam à universidade. A mesa ficou mais farta e saborosa. A compra do carro zero e até mesmo da tão sonhada casa própria ficou mais fácil nos últimos anos, e o brasileiro, de modo geral, melhorou de vida. Atualmente no Brasil, estima-se que 30 milhões de pessoas ingressaram na chamada classe C, que inclui famílias com renda entre R\$ 1,2 e R\$ 5,1 mil ao mês e já é a mais volumosa, com 94 milhões de pessoas. Isso mostra que o dinheiro no bolso aumentou, mas não diminuíram a solidariedade e a preocupação em ajudar o próximo, compartilhando recursos com as instituições espalhadas por todo o país. O avanço dessa massa econômica resultou na motivação de um grande número de doações à área social.

Essas informações foram apresentadas em forma de pesquisa pelo Fundo

Cristão para Crianças – ChildFund Brasil, no encerramento do Festival Latino-Americano de Captação de Recursos 2011.

Atento a essa mudança socioeconômica, o Fundo Cristão solicitou um estudo mais aprofundado sobre o comportamento das classes sociais à consultoria RGarber Estatística e Inovação. Segundo Gerson Pacheco, diretor nacional do Fundo Cristão, “a empresa é prestadora de serviços de várias organizações privadas e atua na identificação de nichos de mercado e comportamento do consumidor. A *expertise* adquirida pela RGarber tornou-se

uma preciosa ferramenta para identificar o perfil do doador brasileiro”. Tal pesquisa, até então inédita, revelou que 17 milhões de pessoas (cerca de 9% da população) são engajadas e doam mensalmente dinheiro para as causas sociais; hoje, esse montante chega a R\$ 5 bilhões por ano.

“Identificar o perfil de doadores é uma premissa para a elaboração de estratégias mais assertivas para a captação de recursos. O Brasil cresceu economicamente, e especificamente a classe C teve crescimento significativo. O cenário da crise internacional reduziu o volume de

doações oriundas de outros países para o Brasil, incentivando ainda mais as organizações brasileiras a identificar oportunidades de mobilização de recursos locais com foco na sustentabilidade”, afirma Pacheco. A pesquisa se baseou no cruzamento dos dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), realizada a cada quatro anos, e do resultado do censo anual, ambos realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Segundo a pesquisa, comparando os anos de 2003 e 2009, enquanto a classe C teve ascensão econômica e contribuiu mais com os projetos sociais (cerca de 1 milhão de novos doadores), as classes A e B apresentaram declínio de 37%

de doações regulares no Brasil. “Os ricos no país estão gradativamente diminuindo sua contribuição direta àqueles que realmente precisam, porque acreditam que já o fazem pagando os impostos cada vez mais elevados ao governo”, disse

Comparando os anos de 2003 e 2009, enquanto a classe C teve ascensão econômica e contribuiu mais com os projetos sociais (cerca de 1 milhão de novos doadores), as classes A e B apresentaram declínio de 37%

Rogério Garber, diretor da RGarber Estatística. Pacheco ressalta ainda que mesmo que a classe C tenha apresentado superávit em doações, passando de R\$ 15,50 para R\$ 17 de média mensal, não superou a queda de contribuição das classes A e B, que, em média, doa R\$ 94 (R\$ 63 da classe A e R\$ 31 da classe B). Contudo, diante dos dados, apontou uma curiosa estatística: Quanto menor a renda, maior é a parte destinada à causa social. “Ou seja, quanto mais pobre, mais generoso”, simplifica Gerson.

Foram considerados para o levantamento da pesquisa dados de 50 mil famílias em cinco regiões do Brasil: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sul e Sudeste. As regiões Sul e Sudeste lideram o *ranking* em quantidade de doadores, enquanto o Norte e o Centro-Oeste estão no topo com maior quantidade de recursos doados no país. O Sudeste representa 10% (média de R\$ 27,13 mensais doados), e o Sul, 11,1% (média de R\$ 24,75 mensais). Já o Norte do Brasil representa 6,8% com média de doação por mês de R\$ 30,40; por último está o Centro-Oeste, com 7,1% da população do país e uma média de R\$ 31,90 em doações mensais. Ao levar em conta a média *per capita* das regiões, o Nordeste se destaca por ter a menor renda da média nacional.

Neste estudo, foi possível saber que a mulher doa com mais frequência, porém, o valor dado pelos homens supera o das mulheres – em média, eles doam R\$ 31, enquanto elas doam R\$ 21 mensalmente. “No Brasil, a desigualdade de gênero relacionada à faixa salarial é uma realidade; sendo assim, as mulheres, mesmo recebendo um salário inferior, ainda estão propensas a realizarem doações”, destacou Pacheco.

O resultado final mostrou que o nível de escolaridade é fator determinante na decisão por doar, e a maior taxa de doadores (16%) é formada pelas pessoas que têm ensino superior, seguida pelas pessoas com ensino médio (12%), fundamental (8%) e os analfabetos, com 4%. Já com relação à quantidade média de recurso mensal doado por indivíduo, pessoas com 60 anos ou mais doam com mais frequência (19%), seguida pela faixa dos 41 aos 50 anos (15%). Logo depois estão as pessoas com idade entre 31 e 40 anos (12%) e aquelas na faixa etária dos 21 aos 30 anos representam 7%. Jovens de 18 a 20 anos respondem por 4%, e as pessoas com menos de 18 anos são responsáveis por 1% das doações por mês.

**Links**  
[www.childfund.org](http://www.childfund.org)  
[www.fundocrisiao.org.br](http://www.fundocrisiao.org.br)  
[www.rgarber.com.br](http://www.rgarber.com.br)

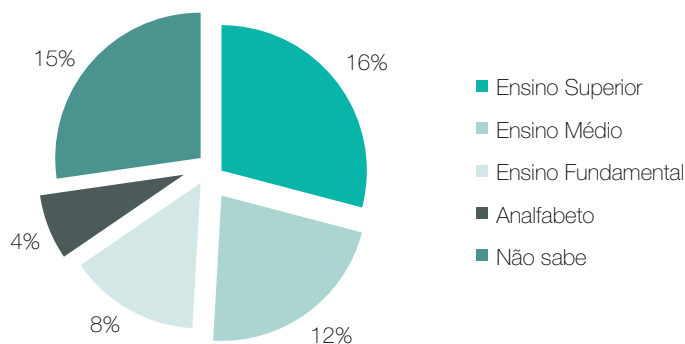
## Perfil dos doadores no Brasil

Região do Brasil	% de doadores na população	Distribuição dos doadores (%)	Total de doações/ano (R\$ milhões)	% das doações em R\$	Média mensal de doação (R\$)
Norte	6,8%	6%	384,51	7%	30,40
Nordeste	7,6%	24%	962,20	18%	19,57
Sudeste	10%	47%	2.605,10	50%	27,13
Sul	11,1%	18%	911,42	17%	24,75
Centro-Oeste	7,1%	6%	373,61	7%	31,90
TOTAL	9%	100%	5.236,84	100%	25,37

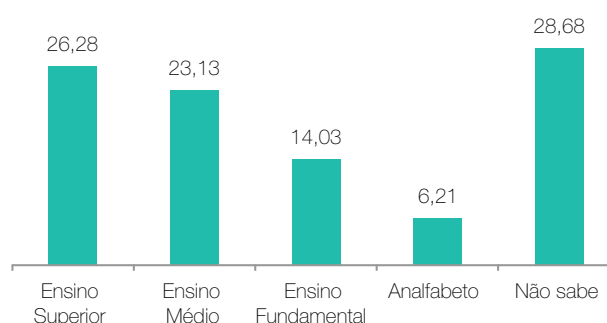
## Doações por habitantes



## Doações por escolaridade (%)



## Doação média mensal (R\$)





# Crowdfunding

Mobilização de indivíduos em massa pela internet é estratégia de captação de recursos inovadora no Brasil



André Gabriel

andre@vamosagir.com

Engenheiro pela Universidade Federal de Minas Gerais e pós-graduado pelo IBMEC – MBA em Gestão de Negócios e em Finanças. É diretor de empresas e atuou previamente como consultor em Gestão na Petrobras e Gerdau Ameristeel (Texas e Minnesota – EUA). Para o Terceiro Setor, fundou os sites de *crowdfunding* Vamos Agir! e LET'S.

**M**ais de 1,3 bilhão de dólares captados pela internet para filantropia por meio de sites de *crowdfunding* ao redor do mundo. Esse é a soma apenas dos sites que publicam seus números e atuam especificamente para financiar projetos relacionados a causas. A maioria deles consta na coluna *donations* da lista de páginas de *crowdfunding* do site Smarter Money.

## No Brasil

Apesar da quantia expressiva já captada, e embora existam sites de *crowdfunding* no exterior desde 2002, o Brasil ainda está dando seus primeiros passos no assunto, especialmente no Terceiro Setor. Mas já existem 30 sites brasileiros de *crowdfunding* com a proposta de financiar diferentes tipos de projetos: criativos, shows e eventos, de software, culturais, sociais, ambientais, dentre outros.

O site brasileiro que mais tem se destacado até o momento é o Catarse, mas atua somente com projetos criativos. Direcionado exclusivamente para o Terceiro Setor, há o site Impulso, que trabalha com empréstimos a microempreendedores de baixa renda. Além disso, há os sites que foram recentemente inaugurados

e estão aguardando os primeiros projetos: LET'S e Vamos Agir!

## Significado

Traduzido para o português como financiamento coletivo ou financiamento colaborativo, o *crowdfunding* é a obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo por meio da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa. O termo tem sido usado para descrever ações feitas especificamente pela internet para arrecadar dinheiro para diferentes tipos de projetos.

## Potenciais doadores – a força da multidão

O foco do *crowdfunding* são pessoas físicas. Na verdade, uma multidão de pessoas. E é exatamente daí que vem o próprio nome, *crowdfunding* que, se traduzido de forma literal para o português, seria algo como “financiamento pela multidão”. Esse deve ser o foco da organização, utilizar a “força da multidão” para mobilizar cada vez mais pessoas e tornar um projeto realidade.

Entretanto, empresas também podem utilizar o *crowdfunding* para dar visibilidade ao seu investimento social ligando de forma inovadora sua marca a uma causa. Governos e organizações sem fins lucrativos também podem usar os sites para patrocinar projetos. E ainda, os produtos e serviços de projetos de geração de renda podem ser oferecidos como recompensa (contrapartida) aos patrocinadores dos projetos via *crowdfunding*.

Nessa última possibilidade, vale destacar um caso recente de um projeto denominado Krochet Kids Peru, que conseguiu captar via *crowdfunding* 37 mil dólares – seis vezes mais do que sua meta inicial, de 6 mil dólares. Quem patrocinava o projeto ganhava um chapéu feito por mulheres em comunidades carentes no Peru. A organização transformou o patrocínio via *crowdfunding* em uma compra social. As pessoas sentiam que estavam mudando a vida de pessoas no país ao patrocinar o projeto e levavam os chapéus como recompensa.

## O iPhone das doações

O iPhone fez sucesso ao unir ferramentas que já existiam no mercado e criar um dispositivo extremamente útil e com design arrojado. Da mesma forma, o *crowdfunding* uniu ferramentas já disponibilizadas no mercado em um modelo de captação inovador, transparente e fácil de ser utilizado tanto pelas organizações quanto pelos patrocinadores.

Nem todos os sites de *crowdfunding* funcionam exatamente da mesma forma, mas algumas características têm se destacado na maioria deles:

- Vídeo do projeto;
- Meta de arrecadação;
- Prazo de arrecadação;
- Recompensas aos patrocinadores;
- Integração com as redes sociais (Facebook e Twitter);
- Modelo de captação Tudo ou Nada.

## Tudo ou nada

No modelo de captação Tudo ou Nada, a organização só recebe o dinheiro se alcançar sua meta de arrecadação dentro do prazo da campanha de *crowdfunding* (que vai até no máximo 90 dias). Caso não consiga, todo o dinheiro é devolvido aos patrocinadores. Em princípio, isso pode parecer um ponto negativo, mas é justamente o Tudo ou Nada, com um prazo de arrecadação bem definido, que tem gerado o senso de urgência necessário para mobilizar todos os que se identificam com o projeto.

Há a opção também de um modelo mais flexível no qual é possível a captação parcial dos recursos. Nesse modelo, para incentivar o esforço para que a meta seja

realmente alcançada, e também que sejam traçadas metas realistas, normalmente aplica-se uma taxa maior dos projetos que não alcançam sua meta de arrecadação.

Dos sites brasileiros para o Terceiro Setor, o Vamos Agir! atua com o modelo Tudo ou Nada; o Impulso e o LET'S permitem a captação parcial dos recursos.

## Visibilidade para os pioneiros

Uma das vantagens para as primeiras organizações brasileiras que utilizarem o *crowdfunding* é a visibilidade pela inovação em sua forma de captação de recursos.

Com o crescimento da técnica no Brasil e no mundo, a imprensa tem se interessado cada vez mais pelo assunto. No Brasil, já foram veiculadas dezenas de matérias, inclusive na Globo News, Jornal da Globo, Fantástico, Multishow, Revista Época, Isto É, Folha de São Paulo, Jornal Estado S. Paulo, Revista Exame, Portal UOL, IG, entre outros.

## Como começar?

O primeiro passo é o cadastro do projeto. Entre no site de sua preferência e procure um link para “Enviar ou Começar seu projeto”. Depois, preencha o formulário com as informações sobre sua iniciativa.

## Algumas dicas


Um bom vídeo faz diferença e pode ser o grande responsável para seu projeto alcançar a meta ou não. Transmita a relevância e o apelo de sua causa em seu vídeo.

Considere o *crowdfunding* como uma campanha de mobilização de recursos. Planeje considerando todas as informações que constarão no site e como você mobilizará as pessoas a conhecerem seu projeto.

Engaje sua rede de contatos para que divulguem seu projeto. A probabilidade de patrocinar uma iniciativa é maior quando a pessoa toma conhecimento dela através da indicação de alguém que já conhece o trabalho da organização.

Repita a divulgação. Divulgue seu projeto no início, no meio e no final de sua campanha. Veja o perfil das doações ao longo do processo a partir de dados coletados de mais de 24 mil projetos de *crowdfunding*.

“Quando os ventos da mudança sopram, alguns constroem abrigos; outros, moinhos”. *Claus Möller*

As mudanças trazidas pelo mundo digital, pela internet e suas redes sociais vieram para ficar. Deixamos aqui, então, a reflexão: como usaremos a força dessas mudanças a nosso favor utilizando ferramentas como o *crowdfunding*? Ou torceremos para os ventos passarem? 

A probabilidade de patrocinar uma iniciativa é maior quando a pessoa toma conhecimento dela através da indicação de alguém que já conhece o trabalho da organização

### Links

[www.catarse.me](http://www.catarse.me)  
[www.impulso.org.br](http://www.impulso.org.br)  
[www.lets.bt](http://www.lets.bt)  
[www.smartermoney.nl](http://www.smartermoney.nl)  
[www.vamosagir.com](http://www.vamosagir.com)



Vista do Rio Rastro Eco Resort

# O quintal do mundo pode ser sustentável

Ao envolver as comunidades locais, ações e empreendimentos turísticos bem planejados tornam positivos a inserção e o convívio de visitantes em destinos com viés preservacionista

Por Marcio Zeppelini

**O** Brasil tem todos os recursos necessários para agradar “gregos e troianos”. Pelo menos quando o assunto é turismo. Cada vez mais procuradas por estrangeiros, as praias do Nordeste vêm sendo modelo tanto de infraestrutura hoteleira de primeira – exemplo do litoral norte de Salvador –, quanto em termos de preservação ambiental. Neste quesito as diversas bases do Projeto Tamar espalhadas pelo litoral brasileiro são exemplo para o resto do mundo seguir.

Mas a indústria do turismo pode ir além: é possível trabalhar o desenvolvimento local de forma sustentável com os recursos dos turistas, domésticos ou internacionais. De alguns anos para cá, o setor de turismo vem investindo bastante para se adaptar a esses novos tempos, em que se torna praticamente

obrigatória a implementação de ações que envolvam não apenas colaboradores, mas clientes e comunidades do entorno.

Tais atividades abrangem desde a economia de água e energia elétrica – o que é tão básico como o ar que respiramos – até a correta destinação de resíduos orgânicos e não orgânicos, a preservação do meio ambiente e o incremento dos negócios da região. E é esse o grande ponto: o desenvolvimento da comunidade.

É a famosa política do “*nada tire a não ser fotos, nada deixe a não ser pegadas*”, filosofia adotada em diversos países mundo afora há muito tempo, e que, no Brasil, está se tornando necessária pelas próprias características do ecoturismo nacional e dos vários destinos disponíveis. Filosofia esta que deve ser incrementada: o

“nada se tira”, aí, deve ter a conotação cultural, social e econômica, não só ambiental.

Antigamente, um grupo de empresários ou algum estrangeiro chegava a um lugar onde pudesse explorar o turismo e ali construía e ganhava dinheiro, muitas vezes expulsando os antigos moradores locais. Felizmente, isso já não é mais tão usual. Os empresários começam a perceber que a população local, assim como sua cultura, pode ser um grande aliado do empreendimento.

O tema está sendo levado tão a sério no país que foi criado até o Programa de Certificação em Turismo Sustentável (PCTS), desenvolvido pelo Instituto de Hospitalidade em conjunto com entidades governamentais e da sociedade civil.

Trata-se da norma Meios de Hospedagem – Requisitos para a Sustentabilidade, documento especialmente formatado para certificar hotéis e pousadas que promovem boas práticas em sustentabilidade.

De acordo com o Instituto de Hospitalidade, o PCTS visa aprimorar a qualidade e a competitividade das pequenas e médias empresas (PME) de turismo e estimular seu melhor desempenho nas áreas econômica, ambiental, cultural e social.

Ainda segundo a entidade, o PCTS foi desenvolvido por meio de uma estratégia mobilizadora, que possibilita a participação ativa como protagonista de suas diferentes atividades e das partes interessadas no crescimento do setor turismo no Brasil.

O Instituto de Hospitalidade (IH), inclusive, lançou a série *Gestão do Turismo Sustentável – Meios de Hospedagem*, que aborda os aspectos ambientais, socioculturais e econômicos relacionados ao turismo sustentável.

A partir desta edição, a **Revista Filantropia** passa a publicar matérias e reportagens de empreendimentos turísticos dos mais diversos que tenham um dos olhos voltados à sustentabilidade.

## Um exemplo vindo do Sul

“Coloquei todo meu patrimônio nesse negócio. Arrisquei-me e cheguei a enxergar o fim do poço. Consegui me reerguer, e hoje, com o mundo mais suscetível às questões sustentáveis, vejo que estava certo, que meu sonho não era utopia”. Com uma taça de vinho na mão e os olhos brilhando, Ivan Cascaes, proprietário e idealizador do Rio do Rastro Eco Resort, tem motivos de sobra para orgulhar-se de possuir um charmoso e imponente hotel nas Serras Catarinenses, no alto da famosa “Serra do Doze”, como é conhecida por lá

Seu empreendimento tem até relatório de sustentabilidade, disponível no site do resort, contendo todas as características das ações promovidas.

Localizado no topo da Serra do Rio do Rastro, às margens do Parque Nacional de São Joaquim, no município de Bom Jardim da Serra, o Rio do Rastro Eco Resort fica a 230 quilômetros de Florianópolis, numa área de 350 hectares e 5,5 mil metros de área construída, distribuídos em 18 charmosos chalés. O clima ameno é um aspecto local, uma vez que está a 1,5 mil metros de altitude, propiciando uma temperatura média anual de 12°C. A viagem até lá é um “acessório” à parte. Um espetáculo da engenharia e da natureza que se mistura ao cenário a cada curva.

A geografia do hotel beneficia as atividades ligadas ao ecoturismo sustentável, visto que no entorno existem lagos, cascatas e cânions, além da flora e fauna nativas. Mas o resort tem uma política de sustentabilidade bem definida – não se limitando ao pilar ambiental. Segue, inclusive, diretrizes adotadas em diversas partes do mundo.

Claro que o meio ambiente, ainda mais para um hotel que está rodeado de vegetação nativa, é a primeira preocupação: o empreendimento mantém procedimentos para o uso racional dos recursos naturais, destinação do lixo, tratamento de 100% dos efluentes, horta orgânica, dispositivos para economia de energia (apesar de uma usina eólica de 93 Megawatts do Sistema Nacional de Energia estar instalada ao lado do hotel) e outros procedimentos simples que qualquer empresa deveria seguir.

Em seus procedimentos administrativos, o Rio do Rastro Eco Resort promove continuamente a formação de seus colaboradores, visando melhores condições de trabalho, saúde e segurança, além de uma boa conduta ambiental e a busca pela integração com a comunidade local. “98% de nossos funcionários são locais. Gasto mais com treinamento, mas os benefícios de a população ser da região são muitos: desde a cultura do sotaque e culinária regional, até a proximidade com as famílias, que apoiam melhor o empreendimento em sua região” relata Cascaes.

Com isso, o empreendimento incentiva o desenvolvimento local com a participação das comunidades do entorno, fornecedores e prestadores de serviço, promovendo o crescimento econômico e social da região.

O hotel também utiliza técnicas gerenciais, indicadores de desempenho e avaliação de resultados para estimular a sustentabilidade. Paralelamente, divulga

Mas o resort tem uma política de sustentabilidade bem definida – não se limitando ao pilar ambiental. Segue, inclusive, diretrizes adotadas em diversas partes do mundo



Ovelhas fazem a poda natural dos gramados

Por todas essas boas notícias vindas do Sul, é possível constatar que as possibilidades de engrenar projetos de turismo sustentável estão à mão e podem, sim, ser realizadas com sucesso

sua política aos hóspedes, colaboradores, comunidade local, entre outras partes interessadas, de forma que a mesma seja compreendida e implementada.

Se não for possível reciclar, o hotel adota a política do reuso. “Por causa do frio, o consumo de vinho no hotel é grande e, conseqüentemente, o resíduo de vidro também é bem volumoso”, explica o idealizador. No entanto, o interesse pelo vidro é pequeno, por ter baixo valor comercial para reciclagem. “passamos a doar as garrafas a vinícolas caseiras da região que produzem seu vinho colonial e diminuem o custo de envasamento”. É o famoso jogo do ganha-ganha. O que era lixo virou economia do comércio e indústria local, potencializando o desenvolvimento da comunidade do entorno.

Outra característica interessante no hotel: ovelhas fazem parte da paisagem. Elas são responsáveis pela poda – natural, é claro – dos gramados do hotel, e a lã é doada a artesãos locais. Resultado: a comunidade auffle lucros com o turismo e passa a tratar os turistas não como intrusos, mas como fonte de renda.

A genialidade sustentável não para por aí: carpas-capim são colocadas nos lagos para fazer a limpeza natural, sem necessidade de qualquer tratamento da água. *Pallets* (uma espécie de “ração” feita com serragem prensada) são usadas no lugar de óleo diesel para o aquecimento das caldeiras, reduzindo em mais de

90% a emissão de gases na atmosfera, além de trazer economia financeira, já que essa “ração” é feita de restos das madeireiras – também locais – que descartariam o resíduo na natureza.

## Educação ambiental

Fundamental em qualquer tempo e local, a educação ambiental é um dos meios essenciais para a maior conscientização da sociedade na busca pela preservação do planeta e contra o desperdício.


Por conta disso, o Rio do Rastro Eco Resort realiza este tipo de trabalho mensalmente, incluindo a valorização da cultura local, com a participação ativa das crianças – da comunidade e das famílias hospedadas. Elas aprendem sobre o turismo sustentável e sua cultura tradicionalista, a influência gaúcha e o futuro de nosso planeta.

A mata nativa é preservada ao máximo. As diretrizes são tão rígidas que em toda a extensão do resort não são coletados frutos ou sementes – nem o pinho das araucárias, tão presentes na paisagem local. Além disso, também é realizado um monitoramento das árvores dentro de seu terreno. “batizo cada uma de nossas galinhas e conheço cada uma de nossas 700 araucárias” gaba-se Cascaes.

“O programa está sempre sofrendo processos de melhoria por meio de avaliações e relatórios como este”, argumenta a ecóloga Gabriella Zampoli de Assis, ao concluir o relatório de sustentabilidade.

Por todas essas boas notícias vindas do Sul, é possível constatar que as possibilidades de engrenar projetos de turismo sustentável estão à mão e podem, sim, ser realizadas com sucesso não apenas na atração de hóspedes, mas para beneficiar a população das redondezas.

O turismo é a única economia que fica na região que se pulveriza, ou seja, que fixa renda. O turista que vai a um hotel gasta também no restaurante, no posto de gasolina, na farmácia, no barzinho da praia. Essa renda fica no local e desenvolve a região, diferentemente de indústrias estrangeiras que emitem capitais ao seu país de origem. É a indústria mais limpa que existe. E, arrisco em dizer, a indústria mais deliciosa de saborear seus produtos.

Em década de Rio+20, Copa do Mundo e Olimpíadas, todas em terras tupiniquins, é hora de o empresariado do turismo pensar em sustentabilidade. Mostrar que o Brasil é e será o quintal do mundo. O parque de diversões. O lazer depois do trabalho! 

### Links

[www.bomjardindaserra.sc.gov.br](http://www.bomjardindaserra.sc.gov.br)  
[www.riodorastro.com.br](http://www.riodorastro.com.br)





## 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

# Inovação

## um caminho para o voluntariado nas empresas

Cooperação, troca e compartilhamento são verbos conjugados em muitas empresas. E este pode ser o caminho quando queremos práticas inovadoras

**V**ivemos em um tempo em que as pessoas, principalmente os jovens, buscam ser livres e autônomos em todos os âmbitos de suas vidas, como: social, familiar e profissional. É dentro desse contexto que as empresas vêm buscando talentos para ter um diferencial competitivo no mercado. Este diferencial é a força da inovação.


Entretanto, tal inovação vai além das competições econômicas, ganhando destaque e força na coletividade, criada em espaços onde pessoas compartilham conhecimento e permitem um novo formato de organização social. Nesta forma de fazer acontecer, a cooperação e a confiança ganham espaço.

Mas, o que isso tem a ver com o voluntariado corporativo? Tudo! Um programa de voluntariado se sustenta quando as pessoas sentem-se pertencentes a ele; quando suas ideias e aspirações são incluídas e avaliadas, há espaço para colaboração, possibilitando inspiração e, conseqüentemente, inovação.

O voluntariado nas empresas pode ser utilizado para o desenvolvimento da autonomia das pessoas, independentemente de cargos, salários e funções. Isso porque ser voluntário é uma das atitudes mais livres do ser humano. No voluntariado, é a soma das liberdades individuais que proporciona as mudanças sociais transformadoras para a sociedade.

Ter coragem para arriscar em um programa de voluntariado empresarial significa abrir espaço para levantar ideias e para trabalhar em colaboração. É uma opção seguir caminhos diferentes, dando vez ao surgimento de ideias inovadoras, culminando em um grande grau de impacto, inclusive na cultura organizacional. Aprender fazendo, e fazendo diferente, pode colaborar para a inovação em outras áreas e projetos da empresa. O voluntariado pode ser um ótimo caminho para isso.

Por isso, é importante estar atento ao discurso e à prática, principalmente porque ainda existe em nosso tempo uma corrente muito forte que reverencia a necessidade de hierarquização, do individualismo, do comando – execução. A colaboração requer um trabalho em nós mesmos, aprendendo a escutar e a posicionar-se. Quando não conseguimos, a tendência é voltarmos ao modelo hierárquico. Estamos sempre entre a corrente da integração e a individualização.

Avaliar como estamos promovendo o voluntariado em nossa empresa e definir estratégias colaborativas pode ser um caminho para acreditarmos em nós mesmos e nas pessoas, propiciando um desenvolvimento constante, culminando numa mudança de cultura, em que a inovação esteja baseada na confiança e na doação. 



Link 

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

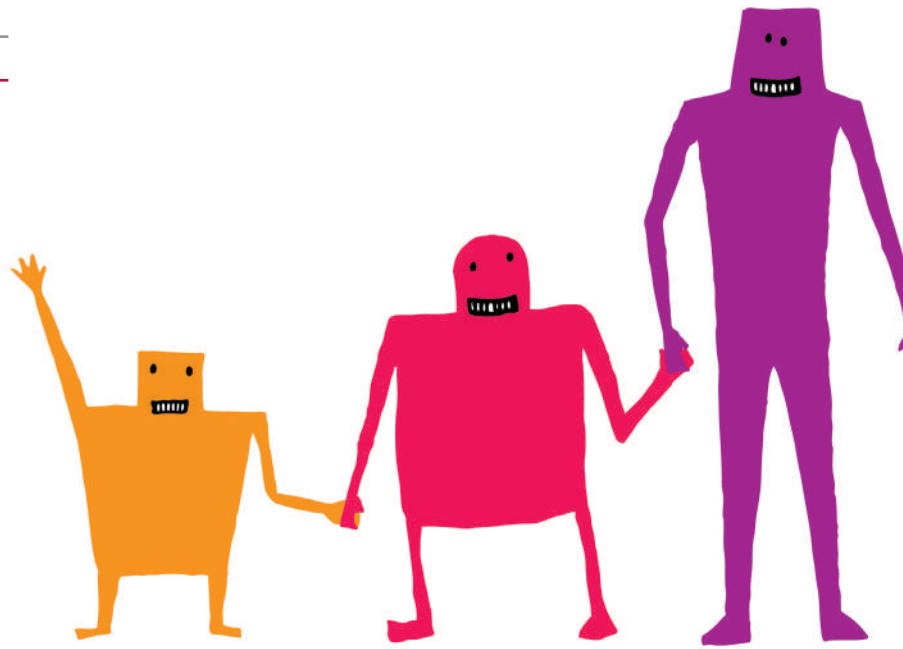
e-mail @

[acao@acaovoluntaria.org.br](mailto:acao@acaovoluntaria.org.br)

Telefone 

(41) 3322-8076

# As gerações X, Y e Z no trabalho voluntário



Um dos assuntos mais debatidos na área de gestão de pessoas é a evolução das gerações, suas características e como lidar com cada uma no ambiente de trabalho. Nos programas de voluntariado não é diferente: a mistura entre a experiência de quem já realiza há muito tempo e o oxigênio de quem está chegando com um novo jeito de olhar o mundo enriquece e agrega um valor imensurável às organizações.

As gerações ganharam nomes, foram descritas por suas características e aspectos pessoais de acordo com sua época. A proposta aqui não é generalizar os comportamentos de quem é jovem e outro é idoso, mas sim entender as características segundo o momento histórico de cada indivíduo. Mas, como é entender essa nova forma de classificar as gerações e como isso pode contribuir para mais sucesso na gestão dos programas de voluntariado?

Começando na década de 1930-1940, temos a chamada geração *Baby Boomer*. Os nascidos nesse período têm como principal característica a disciplina e a paciência. Essa geração foi seguida pela geração X, que criou uma ruptura com tudo o que já existia. São os nascidos entre 1950 e 1970. Chegaram para reivindicar, revolucionar, lutar por igualdades civis e cidadania. Essa geração se caracteriza pela lealdade e pela busca de competência e excelência.

Chegamos, então, à geração do milênio, a geração Y: os nascidos entre 1980 e 2000 que, desde cedo, já estavam conectados à internet, cheios de conhecimento tecnológico em meio à globalização, em que tudo é acelerado. Esses indivíduos trazem um desejo

enorme de se divertir, de fazer do trabalho um espaço agradável e descontraído. O mundo para eles não tem fronteiras, e estão em aprendizado contínuo.

Temos ainda a geração Z, formada por indivíduos constantemente conectados por meio de dispositivos portáteis e preocupados com o meio ambiente. Essa geração não tem data definida: seus integrantes podem ser da geração Y, já que a maioria dos autores afirma que o nascimento das pessoas da geração Z se deu entre 1990 e 2009.

Ao todo, 2,9 mil jovens entre 18 e 24 anos, das gerações Y e Z, responderam à pesquisa *Sonho Brasileiro*, aplicada em 173 cidades de 23 Estados do Brasil nos últimos meses. O resultado mostrou que o jovem de hoje não é individualista: 74% deles disseram estar preocupados em fazer algo pelo coletivo no dia a dia. Ou seja, melhorar e transformar o mundo em que vivemos.

Acontece que esse jovem quer fazer isso sem deixar de ganhar o seu próprio dinheiro, sem abrir mão de sua independência financeira. A conclusão é que, hoje, o ideal para o jovem é conciliar trabalho e transformação social.

Essa mistura de gerações está mudando o mundo! A proposta de entender cada uma delas, e de ouvir o que elas têm a dizer, possibilita mais compreensão e menos conflito, sem críticas nem julgamentos. O gestor dos programas de voluntariado deve estar atento às características de cada uma para trazer à tona o que têm de melhor: em outras palavras, a fidelização da geração X associada ao forte desejo de transformar das gerações Y e Z. Gerações marcam um modo de ser e não envelhecem jamais!



Link

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

e-mail @

[facaparte@cvsp.org.br](mailto:facaparte@cvsp.org.br)

# Transformação de associação em organização religiosa



Sergio Monello

atendimento@sergiomonello.com.br

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

A transformação de associação em organização religiosa é um procedimento jurídico pelo qual se transforma uma entidade de direito privado de um tipo para outro. Com a transformação de associação em organização religiosa, esta se tipificará essencialmente à sua condição de instituto religioso ou, conforme o caso, em instituto de vida consagrada. As constituições, regras, regulamentos, decisões capitulares (Direito Próprio) e outros dessa organização religiosa são plenamente acolhidos e respeitados pelo Estado brasileiro.

A organização religiosa eclesial se enquadra e se tipifica ao conteúdo do acordo havido entre a Santa Fé e a República Federativa do Brasil. A transformação de pessoa jurídica de direito privado está prevista no Código Civil Brasileiro em seus artigos 1.113 a 1.115. Assim dispõe o Código Civil:

**Art. 1.113** – O ato de transformação independe de dissolução ou liquidação da sociedade, e obedecerá aos preceitos reguladores da constituição e inscriçãopróprios do tipo em que vai converter-se.

**Art. 1.114** – A transformação depende do consentimento de todos os sócios, salvo se prevista no ato constitutivo, caso em que o dissidente poderá retirar-se da sociedade, aplicando-se, no silêncio do estatuto ou do contrato social, o disposto no art. 1.031.

**Art. 1.115** – A transformação não modificará nem prejudicará, em qualquer caso, os direitos dos credores.

**Parágrafo único.** A falência da sociedade transformada somente produzirá efeitos em relação aos sócios que, no tipo anterior, a eles estariam sujeitos, se o pedirem os titulares de créditos anteriores à transformação, e somente a estes beneficiará.

Apresento outros fundamentos jurídicos quanto à possibilidade da transformação de associação em organização religiosa. A lei nº 10.825, de 22 dezembro de 2005, inseriu dois incisos ao artigo 44 do Código Civil Brasileiro, ou seja, os incisos IV e V. O inciso IV desse artigo abre a possibilidade do processo de transformação, com a inclusão do tipo organização religiosa. A organização religiosa passa a ser um dos tipos de pessoa jurídica de direito privado. Diz o artigo 44 do Código Civil Brasileiro:

**Art. 44** – São pessoas jurídicas de direito privado: I – as associações; II – as sociedades; III – as fundações; IV – as organizações religiosas; V – os partidos políticos.

**§ 1º** – São livres a criação, a organização, a estruturação interna e o funcionamento das organizações religiosas, sendo vedado ao poder público negar-lhes reconhecimento ou registro dos atos constitutivos e necessários ao seu funcionamento.

**§ 2º** – As disposições concernentes às associações aplicam-se subsidiariamente às sociedades que são objeto do Livro II da Parte Especial deste Código.

**§ 3º** – Os partidos políticos serão organizados e funcionarão conforme o disposto em lei específica.

A lei nº 12.101/2009 dispõe que a certificação das entidades beneficentes de assistência social e a isenção de contribuições para a seguridade social serão concedidas às pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, reconhecidas como entidades beneficentes de assistência social, com a finalidade de prestação de serviços nas áreas de assistência social, saúde ou educação, e que atendam ao disposto contido nessa lei. Ora, o caráter da organização religiosa,

enquanto religiosa, é ser beneficente e de assistência social, sem fins lucrativos e, além de sua essência carismática e religiosa, objetiva promover a pessoa humana e a coletividade em plena colaboração com o Estado. A organização religiosa, enquanto cristã, tem por escopo primordial anunciar o Evangelho, ou seja, evangelizar. E evangelizar é educar para a fé e para a cidadania.

O artigo 1º da lei nº 12.101/2009 não impede que uma organização religiosa possa ser certificada como entidade beneficente de assistência social e com direito à isenção de contribuições para a seguridade social. Este artigo diz simplesmente que essa certificação e esse direito são concedidos às pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos e que sejam reconhecidas com entidades beneficentes de assistência social, com a finalidade de prestação de serviços nas áreas de assistência social, saúde ou educação e que atendam o contido nessa lei.

Esse artigo 1º da lei nº 12.101/2009 não determina o tipo de entidade de direito privado que pode ser certificada como entidade beneficente de assistência social e obtenha o direito à isenção de contribuições para a seguridade social. Esse artigo, simplesmente e tão somente, dispõe ser “pessoa jurídica de direito privado”.

De outro lado, as entidades eclesiais, com base no acordo firmado entre a Santa Sé e o Brasil, em dia 13 de novembro de 2008, assinado em Roma, na Itália, devidamente aprovado pelo Congresso Nacional e regulamentado pelo Decreto nº 7.107, de 11 de fevereiro de 2010, garante esse direito.

Dispõe o acordo:

**Art. 15** – *Às pessoas jurídicas eclesiais, assim como ao patrimônio, renda e serviços relacionados com as suas finalidades essenciais, é reconhecida a garantia de imunidade tributária referente aos impostos, em conformidade com a Constituição brasileira.*

**§ 1º** – *Para fins tributários, as pessoas jurídicas da Igreja Católica que exerçam atividade social e educacional sem finalidade lucrativa receberão o mesmo tratamento e benefícios outorgados às entidades filantrópicas reconhecidas pelo ordenamento jurídico brasileiro, inclusive, em termos de requisitos e obrigações exigidos para fins de imunidade e isenção.*

A organização religiosa que objetiva obter ou manter a certificação como entidade beneficente de assistência social e usufruir da isenção (imunidade) de contribuições para a Seguridade Social deve ter atenção ao seu Estatuto Social para que o mesmo atenda às normas contidas na lei nº 12.101/2009 e sua escrituração contábil seja realizada de maneira segregada quanto às suas áreas de atuação.

Por fim, como se trata de uma situação nova face ao acordo havido entre a República Federativa do Brasil e a Santa Sé, que originou direitos às instituições eclesiais, não tenho dúvida que muitas interpretações legais, fiscais e previdenciárias poderão acarretar algumas discussões no campo jurídico, podendo ocasionar procedimentos administrativos e processuais. ☺

A organização religiosa, enquanto cristã, tem por escopo primordial anunciar o Evangelho, ou seja, evangelizar. E evangelizar é educar para a fé e para a cidadania



ASSISTA AO PROGRAMA IN-DEPENDENTE COM UM NOVO FORMATO.  
**MAIS DINÂMICO E EDUCATIVO.**

**Drogas, quem se informa se previne.**


AOS DOMINGOS,  
ÀS 18H45,  
NA TV SÉCULO 21

com  
**SANDRA MARIA SAHD**



**TV SÉCULO 21**  
Assista ao programa em tempo real  
pelo site [www.tvseculo21.org.br](http://www.tvseculo21.org.br)

Apoio:

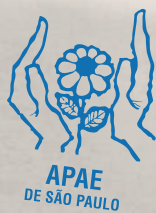
*Super Linda* 

**AQUINALDI**  
**CABELOS**



Vinicius Araujo, 25 anos,  
tem deficiência intelectual.

Hoje me sinto um cidadão  
Essa é a minha vitória

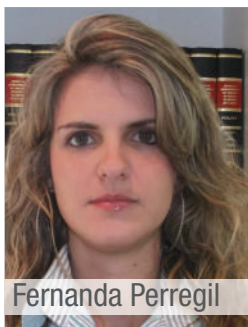


Vinicius descobriu na APAE DE SÃO PAULO que podia encontrar seu caminho. Hoje Vinicius não tem mais medo de sair na rua e se perder. Pega o ônibus sozinho, encontra com os amigos, trabalha e até ajuda nas contas de casa. Um cidadão completo como qualquer outro. Um exemplo para todos nós, que mostra que para seguir em frente basta acreditar. Todo homem nasceu para brilhar. E o Vinicius também.

**APAE DE SÃO PAULO | 50 ANOS**

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

# As entidades filantrópicas e os direitos fundamentais



Fernanda Perregil

secretaria@mbiasoli.com.br

Advogada em São Paulo, integrante do escritório M. Biasoli Advogados. É especialista em Direito Processual Civil e pós-graduanda em Direito Contratual pela Pontifícia Universidade Católica – PUC/SP.

É fato que grande parte da população brasileira jamais se interessou em ler nossa Constituição, tampouco em conhecer os direitos previstos nos artigos 5º e 6º da Constituição Federal (CF).

Esse desinteresse é exatamente por julgá-lo como um assunto restrito aos juristas, operadores do Direito e juízes. Todavia, engana-se quem subjuga a importância de conhecer tais direitos, uma vez que eles são relevantes a todos os cidadãos, independentemente de classe social, raça, etnia, religião e sexo.

O desconhecimento de nossa sociedade acerca disso demonstra a despreocupação de nossa geração, em contrassenso com o que ocorria nos anos 1960, 1970 e 1980 que, na vigência de outras Constituições outorgadas, lutavam por direitos e propunham conflitos em nome da liberdade e igualdade.

Não é demais dizer que o artigo 5º de nossa Constituição Federal é a tradução da conquista e do avanço social rumo ao Estado Democrático de Direito, conquistas essas decorrentes das lutas contra a ditadura e o autoritarismo, que regiam o sistema de governo de nosso país à época. Por tudo isso, a ideologia de garantia das liberdades individuais e coletivas permitiu a existência dos direitos mínimos.

Tais direitos inseridos no referido artigo constitucional são denominados de garantias e direitos fundamentais relacionados ao direito à vida, propriedade, igualdade, segurança, liberdade de locomoção, intimidade, liberdade de expressão e associação, livre exercício profissional, dentre outros, ao que nos parece direitos do cidadão perante o Estado.

Além disso, o conteúdo do artigo 6º de nossa Constituição remonta a um cenário de direitos essenciais, denominados pelos doutrinadores da área jurídica como o “piso mínimo vital” ou, ainda, “a cláusula da reserva do possível”, do qual se extrai a ideia de garantias mínimas de sobrevivência, quais sejam o direito à educação, à saúde, ao lazer, à segurança, à previdência social, à proteção à maternidade e à infância, e à assistência aos desamparados.

A pergunta que nos cerca é: como ignorar a construção de um sistema atual alicerçado na igualdade e

liberdade com base nas lutas e conflitos históricos das gerações passadas?

É óbvio que os direitos que nos assistem hoje são frutos de uma conquista social abarcada pela nossa Constituição Federal de modo pontual, o que nos remete à ideia de “acesso social”, isto é, tornar acessível aos menos favorecidos o gozo de direitos comuns a todos os cidadãos, sem os quais seria impossível falar em igualdade.

Avançando no tema, é possível nos acometer um sentimento de indignação com a omissão da iniciativa pública ao transportar para esfera prática os direitos e garantias fundamentais. Contudo, esse incômodo particular do leitor e de quem vos escreve é a própria evolução de uma ideia que até então nos passava despercebida, a ideia de que somos parte de uma sociedade democrática que ainda deve evoluir em relação à concretização desses direitos básicos, ao se contrapor à realidade social do nosso país.

Tal reflexão pessoal é comum ao indivíduo em seu sentido mais amplo, independentemente da nacionalidade, crenças e costumes, posto que é a essência da própria convivência social, permeada pelos três pilares da Declaração Universal dos Direitos Humanos, adotada e proclamada em 10 de dezembro de 1948 pela Resolução nº 217-A, quais sejam: igualdade, fraternidade e liberdade.

Ademais, na tentativa de reiterar a relevância dos direitos fundamentais, é importante relatar que na década de 1950 iniciou-se um debate internacional, passando pela Europa e América do Norte, acerca da “eficácia horizontal dos direitos fundamentais”, mas o que significa essa expressão aparentemente complicada?

A criação da expressão “eficácia horizontal dos direitos fundamentais” objetivou vincular tais garantias na relação entre particulares, ou seja, essas garantias não se inserem apenas na relação entre o Estado e o cidadão, mas também na concretização desses direitos através da relação existente entre os particulares, que teoricamente, estariam em posição de igualdade, daí emerge a “eficácia horizontal”.

É nesse sentido que algumas relações se firmam com fundamento nessa aplicação horizontal, o maior



exemplo disso são as entidades filantrópicas que atuam nas lacunas deixadas pelo Estado, ao cooperar com o desenvolvimento social das classes excluídas e menos favorecidas, mudando a realidade de pessoas, diminuindo a desigualdade social e promovendo alternativas para o desenvolvimento sustentável.

Todas essas são preocupações legítimas que partiram do próprio ente particular ao detectar a necessidade e tomar para si o papel de agente transformador.

Nessa esteira, denota-se que o arcabouço constitucional tratou da assistência social e de seus objetivos no artigo 203 da CF, o que mais uma vez reforça a ideia de assistencialismo ou filantropia como cumprimento e aplicação das garantias fundamentais por meio das entidades sociais.

Por esse prisma, as entidades filantrópicas atuam como parceiros do Estado, com a finalidade de promover proteção à família, à maternidade, à criança, ao adolescente, desempenhando atividades relativas à saúde, educação, inclusão e assistência social no âmbito geral.

Sob essa ótica, para esclarecer ainda mais a questão, vejamos o que dispõe o artigo 1ª da Lei Orgânica da Assistência Social (Loas):

*Art. 1 – A assistência social, direito do cidadão e dever do Estado, é política de Seguridade Social não contributiva, que provê os mínimos sociais, realizada através de um conjunto integrado de ações de iniciativa pública e da sociedade, para garantir o atendimento às necessidades básicas.*

Nesse modelo organizacional das entidades sociais, é evidente que a atividade filantrópica desempenha um papel imprescindível na evolução social e na efetivação desses direitos fundamentais, partindo da premissa da iniciativa privada para o alcance de uma sociedade mais justa e igualitária.


A título exemplificativo, outra previsão na Loas, nos artigos nº 25 e nº 26, demonstra o paralelo das atividades filantrópicas em sistema de cooperação com o Estado, o que engloba o tema proposto, principalmente no que tange à efetivação dos direitos fundamentais pelas entidades sociais, regulando o seguinte:

*Art. 25 – Os projetos de enfrentamento da pobreza compreendem a instituição de investimento econômico-social nos grupos populares, buscando subsidiar, financeira e tecnicamente, iniciativas que lhes garantam meios, capacidade produtiva e de gestão para melhoria das condições gerais de subsistência, elevação do padrão da qualidade de vida, a preservação do meio ambiente e sua organização social.*

*Art. 26 – O incentivo a projetos de enfrentamento da pobreza assentar-se-á em mecanismos de articulação e de participação de diferentes áreas governamentais e em sistema de cooperação entre organismos governamentais, não governamentais e da sociedade civil.*

Diante dessa perspectiva, o comando legal acima regulamenta os Projetos de Enfrentamento da Pobreza, mediante a proposta de investimento financeiro para melhoria das condições de vida dos grupos sociais menos favorecidos, o que, sem dúvida, está alicerçado nos direitos fundamentais da Constituição Federal.

Na avaliação do tema, hoje, parte da sociedade tem se mobilizado para cumprir um papel importante de transformação, com a finalidade de multiplicar oportunidades e tornar reais os direitos básicos atribuídos em nossa Constituição.

Em última análise, a ideia que se busca passar é que o conhecimento dos direitos fundamentais e o interesse em se aprofundar no tema é parte de um papel social que beneficiará a todos, e por que não dizer obrigação social? 

Por esse prisma, as entidades filantrópicas atuam como parceiros do Estado, com a finalidade de promover proteção à família, à maternidade, à criança, ao adolescente, desempenhando atividades relativas à saúde, educação, inclusão e assistência social no âmbito geral



## 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)





### Interesse na adoção

Através de um levantamento do Cadastro Nacional de Adoção (CNA), no mês de outubro foi possível identificar que a maior parte dos interessados em adotar crianças no Brasil reside na região Sudeste do país. Esse estudo vincula as áreas com maior desenvolvimento social e o interesse na adoção, permitindo traçar um perfil dos interessados, a fim de mobilizar políticas públicas na área e dinamizar os processos de adoção.

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

### Desconto proibido I

Um alerta aos sindicatos de diversas categorias. A Justiça do Trabalho do Rio de Janeiro impediu um sindicato de descontar as contribuições assistenciais dos salários dos trabalhadores não sindicalizados, sem a concordância expressa dos mesmos. Tal atitude afrontou o princípio da liberdade sindical estabelecida na Constituição, ao impor esses descontos salariais. O TRT do Rio determinou que a entidade não mais cobrasse a contribuição por meio de desconto em salário, sem a concordância expressa do empregado. No entendimento da magistratura, só a previsão em norma coletiva não basta, sendo necessário que o sindicato obtenha a autorização para desconto em salário de cada um dos empregados que representa.

### Desconto proibido II

O artigo 8º da Constituição, inciso V, garante em nome da liberdade sindical que ninguém será obrigado a filiar-se a sindicato, devendo as contribuições sindicais depender da expressa vontade de cada trabalhador. A única exceção permitida por lei é o “imposto sindical” ou “contribuição sindical compulsória”, prevista no art. 578 e seguintes da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) e na parte final do inciso IV do art. 8º da Carta Magna. Assim, excluindo a contribuição sindical compulsória, as demais contribuições sindicais, como no caso da contribuição assistencial, só podem ser descontadas do salário do empregado mediante autorização expressa, conforme estabelecido no art. 545 da CLT.

 [www.trt1.jus.br](http://www.trt1.jus.br)

### Auxílio-doença

O empregado que recebe auxílio-doença comum não tem direito à estabilidade provisória de que trata o artigo 118 da lei nº 8.213/1991. Essa norma assegura ao trabalhador estabilidade no emprego pelo período mínimo de 12 meses após o fim do auxílio-doença acidentário, seja por motivo de acidente de trabalho ou por doença profissional. A decisão é da Subseção I Especializada em Dissídios Individuais (SDI-1) do Tribunal Superior do Trabalho. No caso julgado, uma trabalhadora foi beneficiária do auxílio-doença acidentário, que terminou em 6/5/1997, e do auxílio-doença comum (simples) de 16/5/1997 até 30/9/1998. Ela alegou que o intervalo de apenas dez dias entre os dois afastamentos demonstrava que eles tiveram o mesmo fato gerador, não importando o nome dado pelo INSS aos benefícios.

 <http://ext02.tst.jus.br>

### Redução das desigualdades

Durante cerimônia de encerramento da Conferência Mundial sobre Determinantes Sociais da Saúde (DSS), realizada no Rio de Janeiro de 19 a 21 de outubro, foi aprovada e apresentada a Declaração Política sobre DSS. A declaração oficializa o compromisso político entre os mais de 100 países signatários pela redução das desigualdades e reforçou a importância das ações sobre saúde, sendo ainda destacado que crises econômicas devem ser vistas como uma oportunidade para expansão do direito à saúde e políticas sociais, modelo adotado pelo Brasil na crise de 2008.

### Sistema de autenticação e autorização

Para o cadastramento de novas senhas no Sistema de Autenticação e Autorização (SAA), do Ministério do Desenvolvimento Social (MDS), é fundamental que os gestores prestem informações corretas no preenchimento dos questionários da área assistencial. Através deles é possível o preenchimento dos questionários do Censo SUAS e a obtenção de outras senhas, possibilitando a utilização dos demais sistemas de informação disponibilizada pelo MDS. O não preenchimento pode ocasionar o bloqueio e a suspensão de recursos públicos.

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

### Penhora de bens de família

Os juristas que participam da comissão do novo Código de Processo Civil colocarão em pauta a proposta de penhora de bens de família. A Justiça do Trabalho já vem permitindo a penhora de imóveis considerados como luxuosos para quitação de débitos trabalhistas. As propostas incluem a possibilidade de fixar um limite monetário para os bens de família, com a execução do excedente para pagamento de dívidas contraídas pelo proprietário.

## Convênios suspensos

O decreto nº 7.592/2011, publicado no dia 31 de outubro, determina a avaliação da regularidade da execução dos convênios, contratos de repasse e termos de parceria celebrados com as entidades privadas sem fins lucrativos. Esse dispositivo legal determinou a suspensão dos convênios até que seja avaliada a regularidade na execução dos contratos. Finalizada esta avaliação, as entidades cujos contratos estejam regulares poderão novamente receber verbas públicas, contudo, aquelas que estiverem irregulares serão imediatamente comunicadas dessa situação, devendo sanar as irregularidades apontadas na avaliação. Caso estas irregularidades não sejam sanadas, a entidade poderá ser considerada inadequada na avaliação e sofrer as sanções previstas em lei, como ficar impedida de realizar novos convênios e ter de ressarcir o erário público.

 <http://agenciabrasil.ebc.com.br>



## Gestores isentos I

A Câmara dos Deputados analisa proposta que isenta diretores, conselheiros, sócios, instituidores e benfeitores de entidades beneficentes de assistência social dos débitos trabalhistas e previdenciários dessas instituições. A medida, prevista no projeto de lei nº 1.498/11, da deputada Gorete Pereira (PR-CE), vale para os casos em que essas pessoas não recebam qualquer remuneração ou benefício pelo exercício do cargo.

## Gestores isentos II

Pela proposta, esses dirigentes deixam de responder com seus patrimônios pessoais quando os empregados postularem na Justiça seus direitos trabalhistas. Pela proposta, contudo, não haverá isenção quando for comprovado que os diretores, conselheiros, sócios, instituidores ou benfeitores participaram de fraude ou de qualquer ato ilícito relacionado com os contratos de trabalho da entidade. Nesses casos, os dirigentes voltam a responder com seus patrimônios pessoais por eventuais dívidas trabalhistas questionadas na Justiça.

## Pensão por morte

Tramita na Câmara o projeto de lei nº 1.671/2011, do Senado, que amplia de 30 para 90 dias o prazo para a família requerer ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) a pensão por morte do segurado, aposentado ou não. A proposta altera a lei nº 8.213/91, que trata dos planos de benefícios da Previdência Social. O texto mantém a regra, já prevista na lei, de que a pensão é devida pelo INSS desde a data do óbito do segurado. De acordo com o órgão, até maio de 2011 foram concedidas 124,7 mil pensões por morte, com um valor médio de R\$ 794,78 por família. O valor representa apenas 0,4% de todos os benefícios da Previdência Social.

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

## Compensação aos idosos

Em geral obrigados a arcar com gastos pesados com procedimentos médicos, remédios, alimentação e transporte especial, as pessoas com 75 anos de idade ou mais poderão ficar isentas do Imposto de Renda sobre o salário e demais rendimentos, como forma de compensação. O tema é tratado na Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 69/11, do deputado Vitor Paulo (PRB-RJ), que tramita na Câmara dos Deputados. O autor disse que o impacto para o governo deverá ser pequeno, já que há poucas pessoas nessas condições e a renda média mensal dessa parcela da população é de R\$ 866, portanto, bem abaixo da faixa de isenção do IR.

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

## Aviso prévio

Em vigor desde 13 de outubro, as novas regras do aviso prévio aumentam de 30 para 90 dias o tempo de concessão do mesmo nas demissões sem justa causa. O projeto tramitava no Congresso desde 1989. O prazo do aviso aumenta proporcionalmente ao tempo de serviço prestado na mesma empresa. Além do direito aos 30 dias (já previsto em lei), o trabalhador terá direito ao acréscimo de três dias a cada ano de serviço, limitado a 90 dias de aviso prévio. Em caso de demissão voluntária, o empregado deve trabalhar pelo mesmo período ou ressarcir a empresa pelo tempo devido. Mas a empresa pode optar por liberar o empregado, sem ônus. O novo prazo de aviso prévio está valendo desde sua vigência.

 <http://agenciabrasil.ebc.com.br>

## Aumento no incentivo

A portaria 2.506/2011 elevou o valor do Incentivo à Contratualização às Entidades Beneficentes sem Fins Lucrativos participantes do Programa de Reestruturação e Contratualização dos Hospitais Filantrópicos, ou Programa de Reestruturação dos Hospitais de Ensino no Sistema Único de Saúde (SUS). O normativo, publicado em 27 de outubro, estabeleceu recursos no montante de R\$ 110.412.018,41, que serão incorporados ao teto financeiro de média e alta complexidade dos Estados, dos municípios e do Distrito Federal.

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

## 1 Quando a entidade se enquadra tanto na educação quanto na assistência, isso pode gerar conflito ou impedir a renovação do CEBAS? Há possibilidade de recuperar a quota patronal enquanto o processo estiver em análise?

A instituição que deseja obter a certificação na área da educação e da assistência deverá preencher os requisitos relacionados à dupla atividade; assim, o não preenchimento dos requisitos individuais para cada uma dessas atividades poderá impedir a concessão da certificação nos termos do art. 10, do decreto nº 7.237/2010. Quanto ao segundo questionamento, a recuperação da quota patronal paga dependerá do tipo de solicitação: sendo um pedido de renovação, se aplica no disposto no art. 24, § 2º da lei nº 12.101/09, no qual a isenção é válida desde o protocolo do requerimento; em se tratando de pedido de certificação originária, está inserido no art. 31, da referida lei, que prevê o direito à isenção somente após a publicação da decisão que deferir a certificação.

## 2 Para renovação do CEBAS, o Ministério da Saúde exige a inscrição no CMAS, conforme dispõe o artigo 3º, II do decreto nº 2.536/98. Entretanto, de 2007 a 2009 o conselho não aceitava a inscrição por se tratar de saúde. Como resolver tal questão?

Atualmente, os recentes diplomas legislativos, ou seja, a lei nº 12.101/2009, o decreto nº 7.237/2010 e a portaria 1.970/2011, não determinam que as entidades que possuem atuação na área de saúde necessitam estar inscritas junto ao Conselho Municipal de Assistência Social. Note-se que esta restrição passou a existir apenas após a publicação da lei nº 12.101/2009, sendo certo que o COMAS expedia o certificado normalmente para casos anteriores a este diploma.

## 3 No caso de uma entidade que oferta 60% dos serviços ao SUS em vários municípios, esta comprovação deve ser feita no conjunto das obras ou especificamente em cada um dos municípios?

Neste sentido, o artigo 4º da lei nº 12.101/2009 estabelece que o percentual mínimo pode ser feito de forma individualizada de acordo com os estabelecimentos ou pelo conjunto desses estabelecimentos de saúde pertencentes a uma pessoa jurídica, desde que não sejam abrangidas uma por uma outra entidade com personalidade jurídica própria.

## 4 Uma entidade pode captar recursos para realização de eventos?

A captação de recursos destinados à realização de seminários, simpósios, eventos ou outras atividades de cunho informativo pode ser efetuada por diversos meios, tais como convênios com outras entidades, com órgãos da administração pública, doações, patrocínios, etc. Vale lembrar, porém, que os eventos aos quais os recursos serão destinados devem estar estritamente correlacionados aos fins sociais previstos no estatuto da entidade que irá efetuar tal captação, sob pena de irregularidade orçamentária.

## 5 O que deve ser priorizado na contabilização e demonstrações, no caso da entidade mista, ou seja, que atenda nas três áreas?

Nos termos do art. 29 da lei nº 12.101/2009, além de cumprir os deveres instrumentais exigidos na legislação tributária, especialmente o que dispõe o art. 14 do CTN, a entidade mista deve priorizar em suas demonstrações contábeis:

- A aplicação de suas rendas, seus recursos e eventual superávit integralmente no território nacional, na manutenção e desenvolvimento de seus objetivos institucionais;
- A demonstração de que mantém escrituração contábil regular, que registra as receitas e despesas, bem como a aplicação em gratuidade separadamente, em consonância com as normas emanadas do Conselho Federal de Contabilidade;
- A apresentação de suas contas auditadas por auditor independente legalmente habilitado nos Conselhos Regionais de Contabilidade, quando a receita bruta anual auferida for superior ao limite fixado pela lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

## 6 Tendo em vista que o COMAS não mais certificará as entidades da área da saúde, como devem proceder ou em que órgão municipal devem se cadastrar as entidades filantrópicas de saúde.

Com a publicação da lei nº 12.101/2009 e do decreto nº 7.237/2010, não há mais necessidade de cadastramento junto a um algum órgão municipal para fins de certificação. Especificamente em relação às entidades de assistência social da área da saúde, o artigo 54 da portaria 1.970/2011, do Ministério da Saúde, prevê que a supervisão quanto ao cumprimento das condições que ensejam a certificação ficará a cargo do Ministério da Saúde, podendo a qualquer tempo determinar a apresentação de documentos, assim como a realização de auditorias e diligências.

Novembro

Dia	Obrigação	Fato gerador
4	FGTS	Depósitos relativos à remuneração de outubro/11
	Cadastro Geral de Empregados e Desempregado – Caged GFIP	Enviar ao Ministério do Trabalho a relação de admissões e desligamentos ocorridos em setembro/11 Guia de Recolhimento do Fundo de Garantia e Informações à Previdência Social referente a outubro/11
7	Dacon Mensal	Prazo de entrega da declaração pela internet, sem multa referente aos fatos geradores ocorridos em setembro/11 para pessoa jurídica obrigada a entregar a DCTF mensal
	GPS	Envio da cópia da Guia da Previdência Social (GPS) relativa a outubro/11 ao sindicato representativo da categoria profissional mais numerosa entre os empregados
14	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 30 de outubro
	Previdência Social	Recolhimento em GPS da competência outubro/11 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)
18	IRRF	Pagamento do Imposto de Renda Retido na Fonte correspondente aos fatos geradores ocorridos em outubro, incidente sobre rendimentos sujeitos à apuração mensal do imposto
	Previdência Social (INSS)	Recolhimento das contribuições previdenciárias relativas a outubro/11 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
25	Cofins PIS/Pasep	Pagamento da contribuição cujos fatos geradores ocorreram em outubro/11
23	DCTF mensal	Prazo de entrega da declaração pela internet, sem multa referente aos fatos geradores ocorridos em setembro/11
30	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 de 1º a 15 de novembro
	Contribuição sindical	Recolhimento das contribuições descontadas dos empregados em outubro/11. Consultar a respectiva entidade sindical, que pode fixar prazo diverso
	13º salário	Pagamento da 1ª parcela referente ao 13º salário de 2011

Dezembro

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 novembro/11
	FGTS	Depósitos relativos à remuneração de novembro/11
	GFIP	Guia de Recolhimento do Fundo de Garantia e Informações à Previdência Social referente a novembro/11
	Dacon mensal	Prazo de entrega da declaração pela internet, sem multa referente a outubro/11
	GPS	Envio da cópia da Guia da Previdência Social (GPS) relativa a novembro/11 ao sindicato representativo da categoria profissional mais numerosa entre os empregados
15	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 de 16 a 30 de novembro
	Previdência Social	Recolhimento em GPS, da competência novembro/11, 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)
20	13º salário	Pagamento da 2ª parcela referente ao 13º salário de 2011
	Previdência Social (INSS)	Recolhimento do INSS referente ao 13º salário de 2011
	IRRF	Pagamento do Imposto de Renda Retido na Fonte correspondente aos fatos geradores ocorridos em novembro/11
	Previdência Social (INSS)	Recolhimento das contribuições previdenciárias relativas a novembro/11 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
21	DCTF mensal	Prazo de entrega da declaração pela internet, sem multa referente a outubro/11
23	Cofins Código: 2172	Pagamento da contribuição cujos fatos geradores ocorreram em novembro/11
	PIS/PASEP	Pagamento da contribuição cujos fatos geradores ocorreram no mês de Novembro/2011.
30	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 dezembro
	Contribuição sindical	Recolhimento da contribuição sindical descontada de empregados em novembro/2011

Tabelas práticas				
Contribuições previdenciárias (INSS)				
1 – Segurado: empregado, empregado doméstico e trabalhador avulso				
Salário de contribuição		Alíquota para fins de recolhimento ao INSS	Alíquota para determinação da base de cálculo do IRRF	
De	Até	-	-	
-	R\$ 1.107,52	8%	8%	
R\$ 1.107,53	R\$ 1.845,87	9%	9%	
R\$ 1.845,88	R\$ 3.691,74	11%	11%	
2 – Segurado: empregado doméstico (tabela para orientação do empregador doméstico)				
Salário de contribuição		Alíquota para fins de recolhimento ao INSS		
De	Até	Empregado	Empregador	Total
-	R\$ 1.107,52	8%	12%	20%
R\$ 1.107,53	R\$ 1.845,87	9%	12%	21%
R\$ 1.845,88	R\$ 3.691,74	11%	12%	23%
3 – Segurado: contribuinte individual e facultativo				
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.				
4 – Salário mínimo				
Período	Valor			
A partir de fevereiro/09	R\$ 465,00			
A partir de janeiro/10	R\$ 510,00			
A partir de janeiro/11	R\$ 540,00			
A partir de março/11	R\$ 545,00			

5 – IR - Fonte e Carnê Leão – 2011		
Base de cálculo mensal	Alíquota	Parcela a deduzir
Até 1.566,61	-	-
De 1.566,62 até 2.347,85	7,5%	R\$ 117,49
De 2.347,86 até 3.130,51	15%	R\$ 293,58
De 3.130,52 até 3.911,63	22,5%	R\$ 528,37
Acima de 3.911,63	27,5%	R\$ 723,95

**Deduções admitidas:**

- Por dependente, o valor de R\$ 157,47 por mês;
- Parcela isenta de rendimentos provenientes de aposentadoria e pensão até o valor de R\$ 1.566,61 por mês, a partir do mês em que o contribuinte completou 65 anos de idade;
- As importâncias pagas em dinheiro a título de alimentos ou pensões, em cumprimento do acordo ou decisão judicial, inclusive a prestação de alimentos provisionais;
- As contribuições para a Previdência Social da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos municípios;
- As contribuições às entidades de previdência privada domiciliadas no país, cujo ônus tenha sido do contribuinte, destinadas a custear benefícios complementares semelhantes aos da Previdência Social, no caso de trabalhador com vínculo empregatício, de administradores, aposentados e pensionistas.

**Cálculo do imposto:**

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

Tabelas e datas sujeitas a alterações

Fonte: Marcelo Teixeira – CRC TC – 1SP224511/0-6. Bacharel em Direito e contabilista do Escritório Dom Bosco.



# COMUNICAÇÃO DIGITAL

## COMO A ERA DA INTERNET AMPLIOU AS POSSIBILIDADES DA COMUNICAÇÃO NO TERCEIRO SETOR

Por Juliana Fernandes



**U**sar a internet como uma ferramenta de comunicação é novidade para muitas organizações do Terceiro Setor. Apesar do crescimento das mídias digitais no Brasil, boa parte das ONGs ainda não utiliza de forma eficiente os recursos e serviços disponíveis na rede. Entre as principais vantagens de ter sua causa presente na web estão: agilidade, alcance e interatividade na comunicação com colaboradores e parceiros. Como estratégia de divulgação, pode-se destacar o posicionamento do site nos mecanismos de busca e o relacionamento da entidade com o seu público-alvo. Além disso, ainda são desenvolvidas campanhas de comunicação para fortalecer a imagem da instituição e a prospecção de novos *stakeholders*.

Vale lembrar que, antes de executar qualquer uma dessas estratégias on-line, é fundamental realizar um planejamento. “A instituição tem que começar entendendo o seu público-alvo e definir claramente como usar cada ação. Só essa disciplina e esse foco em planejar, executar, monitorar e corrigir é que dá resultados efetivos na internet”, afirma o consultor em marketing digital e mídias sociais, Claudio Torres.

Nesse contexto, uma boa estratégia é se colocar no lugar de quem busca a informação – já que as instituições pecam por colocar nos seus sites aquilo que julgam ser interessante –, sendo que o importante é informar aquilo que o público procura. Por isso, pense sempre no seu portal como uma espécie de folheto institucional que irá apresentar sua organização, serviços e atividades realizadas por ela. A eficiência desses recursos depende diretamente do conteúdo, que deve ser relevante e atualizado constantemente. ▶

**A**dica é “tenha um bom site, experimente realizar campanhas on-line, faça marketing em buscadores e tenha alguém cuidando da presença da sua instituição nas mídias digitais. Com o passar do tempo, ficará cada vez mais fácil identificar quais canais de comunicação são os mais importantes”, sugere o diretor geral da Predicta, consultoria especializada no comportamento nos meios digitais, Marcelo Marzola.

Segundo os consultores, também é indicado agregar um blog, como o Wordpress, à comunicação da sua entidade –, pois há muito tempo eles deixaram de ser um meio para a publicação de informações pessoais e se tornaram importantes aliados na difusão de conteúdos e integração com os colaboradores. Novamente, deve-se pensar no conteúdo. Aproveite para compilar materiais interessantes e não se esqueça de citar as fontes.

Outro fator importante é não enviar mensagens pedindo acessos ao seu blog. “Participe genuinamente das redes sociais, comunidades e fóruns, e coloque como assinatura de suas mensagens seu nome, organização e o endereço dele. Saiba que esse é um investimento de médio prazo e mantenha-se firme no propósito de criar conteúdo e se manter relevante”, sugere Claudio Torres.

## REDES SOCIAIS

Já vimos que os sites e blogs são importantes ferramentas para a comunicação digital de uma organização. Mas se esses recursos não estiverem integrados às redes sociais, saiba que eles não terão a mesma força para engajarem mais simpatizantes, voluntários e colaboradores aos seus propósitos.

Por isso, estar presente e, sobretudo, monitorar mídias como Facebook, Twitter, e Orkut, é imprescindível para propagar sua causa na web.

Para se ter uma ideia da relevância dessas mídias, segundo um levantamento realizado pela Nielsen Company, o mundo passa 110 bilhões de minutos em sites de redes sociais e blogs – o que representa 22% do tempo usado on-line. O Brasil está à frente em número de acessos, com 86% dos internautas dentro de alguma rede social –, índice que reflete o bom momento da economia do país, já que cada vez mais brasileiros possuem microcomputadores em casa com conexão à internet.

Infelizmente, muitas organizações não estão a par dessa realidade e cometem erros por não terem uma atuação correta nesses ambientes. Por isso, a WebMint, empresa especializada em comunicação digital, mapeou para o site EXAME.com os deslizos mais frequentes cometidos nas redes sociais (Ver quadro abaixo).

Para o consultor nas áreas de Marketing, Vendas e Inovação Empresarial, Volney Faustini, esses erros acontecem de maneira muito mais estratégica do que técnica ou operacional. “Estar no mundo da web, você e sua organização já estão. Agora, a questão é ir para o mundo digital de forma proativa. Se a organização vai reativamente, ou meio a contra gosto, a probabilidade de se ter problemas é altíssima. E o que isso demanda? Transparência. Deixe que o público conheça de perto a sua entidade. Coloque a casa em ordem e entenda que as pessoas vão conseguir enxergar até debaixo do tapete. Deixe as pessoas falarem, comentarem e perguntarem”.

## ATENÇÃO!

### ENTENDA QUAIS SÃO OS DESLIZES MAIS FREQUENTES COMETIDOS NAS REDES SOCIAIS E COMO EVITÁ-LOS:

**X NÃO OUVIR OS COLABORADORES:**  
ao mostrar sua cara nas redes sociais, uma organização deve estar preparada tanto para ouvir elogios quanto críticas. Os comentários devem funcionar como indicadores de satisfação da assistência ou serviço prestado à comunidade.

**X NÃO MONITORAR OS RESULTADOS:**  
deixar de observar como sua causa está repercutindo nas redes sociais é um risco que nenhuma organização pode correr. Mesmo que você não tenha um perfil, conversas espontâneas envolvendo o seu trabalho podem acontecer sem que você saiba. Na melhor das hipóteses, você pode perder uma oportunidade de entender como o seu futuro parceiro pensa e se comporta. E, na pior delas, pode estar alheio enquanto uma campanha negativa atinge a sua credibilidade.



## ENGAJAMENTO

A internet é um universo sem limites e se destacar no meio de tantas outras causas é uma tarefa que requer “engajamento”. A palavra, de origem francesa, significa incitar, instigar e envolver. Ou, simplesmente, fazer com que o usuário se dedique a divulgar – de forma direta ou indireta – a sua organização no ciberespaço. A autora e pesquisadora Charlene Li definiu, a partir da Pirâmide do Engajamento, as atividades que mais envolvem os internautas nas plataformas sociais. No quadro ao lado, saiba quais são esses níveis e como se dá a participação do usuário na web.

Entenda que essa identificação é de extrema importância, já que compreender o comportamento do seu público-alvo é essencial para que você o mantenha engajado. Dificilmente sua estratégia trará retornos se sua mensagem não for adequada ao grupo que se pretende atingir. Antes de tudo, saiba quem você quer conquistar e qual é a melhor forma para se fazer isso. “A ênfase não é comunicar, mas sim engajar. Se a causa é forte e autêntica, o terreno é fértil para engajamento e compromisso. O jogo não é mais por ouvidos e olhos. Não tem mais essa de: preciso de uns minutinhos da sua atenção. Hoje é coisa de segundos, e não mais minutos, para levar o apelo ao coração. Isso é instantâneo. Se a organização tem causa válida, ela conquistará adeptos imediatamente. Se a causa não tiver apelo, não adianta verba alguma do mundo para se comunicar”, ressalta Volney Faustini.

## PIRÂMIDE DO ENGAJAMENTO



- 1- MODERAR:** são usuários extremamente engajados que utilizam parte do seu tempo para gerir uma comunidade ou fórum. Influenciam os demais internautas e determinam regras de convivência e conteúdo.
- 2- PRODUZIR:** usuários que criam e produzem conteúdos em texto, vídeos ou áudio para serem replicados na web por terceiros.
- 3- COMENTAR:** geralmente são os que avaliam ou fazem críticas sobre serviços. Comentam em outros blogs e contribuem com comunidades on-line.
- 4- COMPARTILHAR:** aqueles que têm uma adesão razoável às plataformas sociais, interagem com conteúdos produzidos em diferentes formatos e encaminham para os amigos por e-mail ou através de ferramentas de compartilhamento. Dificilmente produzem conteúdo próprio.
- 5- ASSISTIR:** internautas que leem blogs e avaliações feitas por outros usuários, ouvem *podcasts* e assistem vídeos.

Pirâmide do engajamento (LI, 2010)

**✘ NÃO INTERAGIR COM O PÚBLICO:** criar um perfil nas redes sociais e deixá-lo às moscas é o maior erro que uma entidade pode cometer. Crie uma estratégia para manter seu perfil sempre atualizado com novidades e dialogue com os seus seguidores – dessa forma, eles se sentirão estimulados a colaborar com a causa.

**✘ AGIR DE MANEIRA PRECIPITADA:** as redes sociais abrem espaço para um relacionamento menos duro e formal com o colaborador, mas é preciso ter muito cuidado para não reagir de maneira precipitada diante de reclamações e críticas. Apure as informações antes de tomar qualquer providência.

**✘ PECAR NA REVISÃO:** as informações se propagam muito rapidamente nas redes sociais, portanto, faça uma boa checagem antes de publicar algo. Revise o português, verifique os links e o próprio conteúdo da mensagem.

**✘ MENOSPREZAR A RELEVÂNCIA DO CONTEÚDO:** bombardear o público apenas com informações institucionais e se autopromover o tempo todo vai afastá-los do seu perfil. Alimente sua conta com informações úteis, interessantes e relevantes para os seus seguidores.

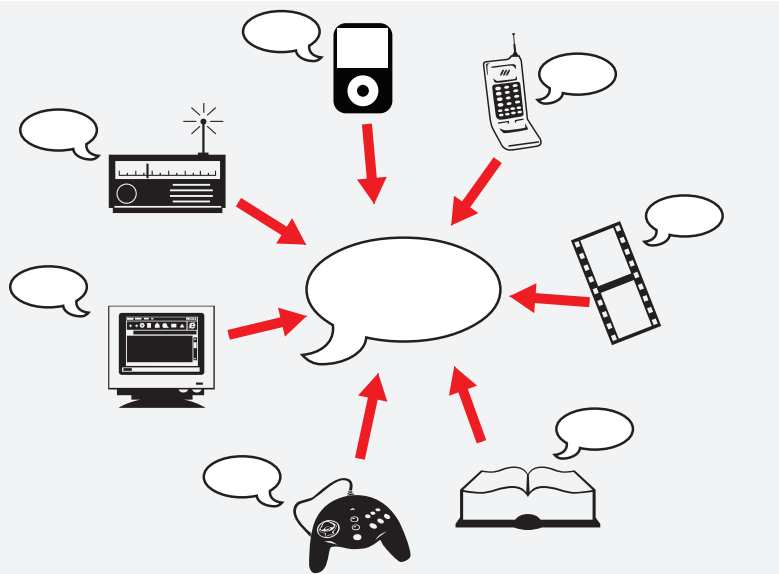


Diagrama ilustrativo de um processo transmídia *storytelling* com a contribuição de diversas mídias

“Estar no mundo da web, você e sua organização já estão. Agora, a questão é ir para o mundo digital de forma proativa. Se a organização vai reativamente, ou meio a contra gosto, a probabilidade de se ter problemas é altíssima”

## STORYTELLING: A ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS

A primeira preocupação que uma entidade deve ter ao se apresentar no ambiente on-line é ser natural. E nada mais simpático e acolhedor do que fazer isso contando histórias que já aconteceram na sua organização. Propague sua causa através de *posts*, comentários, fotos, artigos, vídeos etc. Ou seja, use o *storytelling* para divulgar-se em diversas mídias.

Esse conceito até pode parecer novo, mas já existe há milhares de anos – desde que o homem começou a criar pinturas nas cavernas para narrar o seu dia a dia. Trazendo o processo para a atualidade, antes das tecnologias e plataformas on-line, uma mesma mensagem podia se propagar na televisão, jornal, *outdoor* ou revista. E o que vemos hoje é que ela transcende para outros cenários como: celulares, iPads, *e-books* etc.

Lembre-se! As ONGs possuem uma grande vantagem em relação às demais empresas com fins lucrativos. As pessoas gostam de falar sobre elas, principalmente se a causa estiver alinhada aos valores de cada indivíduo. Dessa forma, o *storytelling* envolve o público em dimensões do seu cotidiano e amplia a mensagem de maneira mais contínua e menos pontual.

## GOOGLE: UM UNIVERSO A SER EXPLORADO

Entre todas as ferramentas citadas anteriormente, uma merece destaque em especial: o Google, que é sem dúvida um universo a ser explorado pelas organizações sociais e todas as entidades que queiram ser relevantes na web.

Isso porque oferece muito além das possibilidades que todos nós já conhecemos. Aliás, a importância de estar bem posicionado no site de buscas é tão grande que criou-se um novo mercado digital denominado de SEO (Search Engine Optimization).

O processo envolve técnicas de conteúdo e estrutura do portal para torná-lo mais visível à ferramenta – já que pesquisas apontam que 60% das pessoas clicam nos três primeiros resultados de busca orgânica (gratuita). Portanto, quanto melhor posicionado estiver o seu site, maior será a sua taxa de visitação. E, para ranquear o posicionamento das páginas, o Google leva em conta dezenas de critérios. Resumidamente, o consultor em *Search Marketing*, Marcio Okabe, explica que três grupos de fatores – URL, *On Page* e *Off Page* – podem ser determinantes para que sua causa apareça nas primeiras posições.

“A URL (endereço do portal) deve conter palavras-chave importantes e o domínio (registro do site) também é essencial. Ou seja, um domínio que existe há 10 anos tem mais peso do que um registrado há poucas semanas. Tudo que está na sua página também será levado em consideração, portanto, deve-se evitar usar imagens para títulos da página. Um dos principais critérios são os links que apontam para o seu site. O segredo do Google é que ele utiliza os links como votos com ‘pesos’ que variam de acordo com a palavra-chave e o ‘peso’ do site”, explica Okabe.

## Google Adwords

O Google Adwords associa a sua divulgação (publicidade) com o que o usuário está procurando. Ou seja, quando o internauta digita uma palavra-chave no Google, junto aos resultados da pesquisa aparece o anúncio do link patrocinado, com conexão direta ao site da sua organização. Além do anúncio de texto, a entidade também pode veicular outros formatos e aparecer nas páginas da rede de conteúdo do Google.

As vantagens desse serviço é que ele pago somente se o anúncio for clicado. “Em geral, uma campanha bem planejada pode ter um Custo por Clique (CPC) de R\$ 0,20 a R\$ 0,50, mas dependerá da ocorrência da palavra-chave. Um investimento de R\$ 500, por exemplo, e um CPC de R\$ 0,50 implica em mil visitas ao site”, explica Okabe.

O Adwords também fornece relatórios detalhados que permitem monitorar o resultado dos investimentos. Por isso, é importante acompanhar e avaliar o desempenho da sua campanha consultando a Taxa de Cliques (CTR) e outras informações disponíveis em dezenas de relatórios que a ferramenta oferece gratuitamente. Eles irão ajudar a sua organização a avaliar a eficácia da ação, mudar a estratégia ou melhorar a posição do seu anúncio. O Adwords ainda

faz recomendações de orçamentos baseados em critérios importantes, como histórico de palavras-chave iguais ou semelhantes às que você escolher.

## Google Grants

O Google Grants é um programa que oferece publicidade gratuita no Google Adwords para as instituições selecionadas. A iniciativa apoia organizações que compartilham com a filosofia da empresa: “Servir à comunidade em áreas como ciência e tecnologia, educação, saúde pública mundial, meio ambiente, defesa dos direitos dos jovens e artes”.

Estão aptas a participarem do projeto organizações sem fins lucrativos que estejam certificadas como uma Organização Não-Governamental (ONG) ou Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), além de associações e fundações reconhecidas no Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas. No entanto, fundações instituídas por partidos políticos ou empresas e sindicatos não estão autorizadas a participarem do Google Grants.

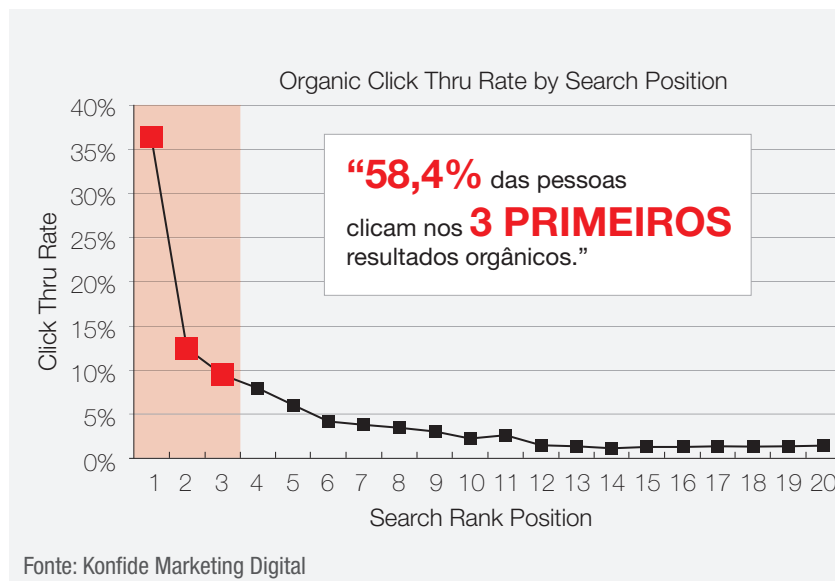
De acordo com Okabe, os interessados enviam a documentação exigida pelo Google e criam uma campanha que será avaliada pela equipe do Google Adwords. Em geral, a avaliação desses projetos leva em média de 3 a 4 meses.

## FILANTROPIA DIGITAL

Aumentar a sua exposição na web trará mais colaboradores interessados em contribuir financeiramente com a sua causa. Nesse contexto, o portal EcoDesenvolvimento publicou dados importantes sobre a filantropia digital. De acordo com a pesquisa *Estudo de Doações On-line* – desenvolvida pelas organizações GOOD e TrueSense Marketing –, as doações via web acontecem com maior frequência quando a experiência é mais íntima e emocionalmente coerente ao colaborador. Ou seja, mais de 20% de toda a doação on-line anual é realizada entre as últimas 48 horas do ano ou quando ocorrem desastres naturais.

Segundo o estudo, os doadores costumam escolher as organizações que já mantêm uma relação de confiança fora da rede. No entanto, optam por doar pela internet por uma questão de conveniência. “A pesquisa ainda mostra como as relações entre as casas de caridade e os doadores realmente importa, tanto on-line quanto off-line. Até mesmo as pequenas organizações que possuem sites podem arrecadar uma boa quantidade”, afirmou o CEO da rede GOOD, Bill Strathmann.

Aliás, a diferença entre os modelos das páginas na internet também interfere no número de doações. Os sites, por exemplo, levam vantagem em relação às redes



sociais – já que conseguem receber um maior montante de colaborações e ainda estabelecem uma relação de lealdade com os colaboradores.

O estudo teve o objetivo de otimizar as atividades das organizações não-governamentais, institutos na web. A análise teve como base a doação de 381 milhões de dólares que foram arrecadados em doações realizadas nos sites, portais e redes sociais em todo o mundo.

## GESTÃO DE PROJETOS – WIKISOCIAL

É comum encontramos no Terceiro Setor portais que sejam gerenciados por voluntários ou colaboradores. Como já foi citado, o site precisa transmitir credibilidade e conter informações relevantes ao seu público-alvo. É por isso, que muitas organizações têm perdido oportunidades por não padronizarem o seu material de forma adequada. “Mesmo em sites pagos é comum que haja falta de atenção, pois muitas vezes a produtora responsável oferece um desconto como forma de colaboração, mas não dá a atenção necessária”, explica Marcio Okabe.

Assim, em 1999 foi lançado o Wikisocial, que facilita a criação e a gestão de sites ligados à área. A ferramenta tem como meta desenvolver uma rede de voluntários capazes de criar e gerenciar portais nas plataformas Joomla! ou WordPress. O serviço também identifica potenciais instrutores que possam ministrar aulas de gestão para jovens, voluntários e colaboradores das ONGs. Esse processo dá maior autonomia ao projeto, já que amplia a colaboração para o gerenciamento do site sem que haja alterações em seu formato.

### Fontes:

INFO  
Portal EcoDesenvolvimento  
Google Adwords  
Google Grants

### Links

[www.claudiotorres.com.br](http://www.claudiotorres.com.br)  
[www.faustini.com.br](http://www.faustini.com.br)  
[www.google.com.br/grants](http://www.google.com.br/grants)  
[www.google.com/adwords](http://www.google.com/adwords)  
[www.konfide.com.br](http://www.konfide.com.br)  
[www.predicta.net](http://www.predicta.net)  
[www.wikisocial.com.br](http://www.wikisocial.com.br)

# QUANTO VALE UM SORRISO?

Ver uma criança sorrindo ou uma mãe feliz da vida com seu filho nos braços é algo que para nós não tem preço. Em 70 anos de trabalho, já foram mais de 650 mil partos, todos gratuitos. Agora, imagine o número de sorrisos que surgiram a partir de cada nascimento. Precisamos continuar este trabalho e para isso precisamos de sua ajuda. Você pode nos ajudar financeiramente ou através de doações de materiais. Acesse nosso site e veja como colaborar. Vamos juntos fazer com que mais e mais sorrisos nasçam todos os dias.

[WWW.AMPAROMATERNAL.ORG](http://WWW.AMPAROMATERNAL.ORG)

LEÓPERA



Adquira  
um exemplar  
do livro Amparo  
Maternal e colabore  
com este projeto.



AMPARO  
MATERNAL



ASSOCIAÇÃO  
CONGREGAÇÃO DE  
SANTA  
CATARINA

# PRÊMIO11

## HISTÓRIA QUE MOBILIZA

HISTÓRIAS VENCEDORAS



Imagem aérea da plantação de palmito do CERVIN

### **Categoria Grande Ideia, Baixo Orçamento**

#### **Primeiro colocado: Centro de Recuperação Vida Nova – CERVIN**

A instituição foi fundada em 1985 para a recuperação e ressocialização de pessoas dependentes químicas (álcool e outras drogas) no município de Rolândia, PR. Sua missão é enfrentar a problemática da drogadição através da prevenção, tratamento e reinserção social, visando uma melhor qualidade de vida ao indivíduo, família e sociedade.

#### **IDEIA:**

A ideia do cultivo do palmito aliou captação de recursos e atividades de laborterapia, envolvendo mão de obra das mulheres que se encontram em tratamento de drogadição, e, ainda, o aproveitamento do espaço físico com uma cultura que não exige cuidado diário e intenso. O resíduo produzido pelo cultivo é benéfico ao solo, preparando-o para outras culturas.

Além da laborterapia, o projeto ainda gera renda, alimentos e as internas são capacitadas para uma nova profissão, pois aprendem a manusear e a conservar o palmito. Em relação ao orçamento, o



Restaurante participante da campanha Comer Bem Fazendo o Bem recebe placa do Instituto Passo a Passo

investimento inicial com as mudas foi doação de uma parte pela própria empresa que produz as mudas e o restante de um colaborador. A entidade investiu R\$ 7 mil em irrigação, e a água é de nascente.

Para captar os recursos, fomos até a fazenda produtora, fizemos a apresentação da entidade. Depois, fizemos contato com fábricas de vidro para a embalagem do palmito: doação e compra. Solicitamos doações para a adequação da cozinha utilizada para manuseio e conservação da produção.

Como resultado, a colheita está sendo feita neste momento. São 15 mil pés de palmeiras que estão em fase de corte. O próximo passo será o preparo da conserva, que renderá R\$ 5,00 por pé após o beneficiamento.

Como desafios, identificamos os seguintes itens: adequação da cozinha para manipulação do palmito; capacitação de como manipular, embalar e conservar; cuidados com o plantio: técnicas e acompanhamento da produção. Ao mesmo tempo, o mais importante foi o aprendizado. “Descobrimos que a sobrevivência pode vir de produção, não só de doação”.

## Segundo colocado: Instituto Passo a Passo

A instituição de Itatiba, SP, tem a missão de promover saúde e educação a pessoas com dificuldades motoras, emocionais e de aprendizagem por meio da equoterapia, contribuindo para a sua integração social.

### IDEIA:

A campanha Comer Bem Fazendo o Bem foi desenhada inicialmente para promover a divulgação sem custo para a instituição, de modo que a marca fosse fortalecida e possibilitasse a captação de recursos com os restaurantes da cidade. Em princípio, os restaurantes foram contatados para uma pesquisa de viabilização da campanha, e foram questionados sobre: interesse em participar e colaborar com uma causa social; média de margem de lucro dos restaurantes; interesse na divulgação do restaurante.

A meta era firmar parceria com 16 restaurantes da cidade para promover o dia Comer Bem Fazendo o Bem, que seria realizado duas vezes por mês (todos os dias 10 e 20). A participação no faturamento ficou estipulada em 20% da arrecadação do dia, em comum acordo com os restaurantes participantes, mais o gasto com material publicitário. Depois, a mídia local foi contatada para apoiar a campanha. A etapa seguinte consistiu de peças publicitárias, que foram confeccionadas por um profissional voluntário.

### Como funciona

No dia do evento, voluntários da entidade montam um estande na entrada do restaurante para entrega do folder institucional e venda dos produtos da Loja Social da instituição. Após o evento, o proprietário agenda o dia do pagamento da doação à instituição, e o instituto entrega ao restaurante: uma carta de agradecimento personalizada com as fotos do dia do evento, o *mailing* dos clientes participantes, o recibo

da doação, uma pasta com o orçamento e cópias das notas fiscais dos gastos com o material publicitário e a placa de Restaurante Solidário.

Ela é considerada uma grande ideia porque, além de gerar recursos financeiros com custo zero de investimento, a instituição consegue captar voluntários e multiplicadores da marca da instituição. Exemplo disso são algumas empresas que seguem nossos calendários e fecham mesas nos dias 10 e 20 nos restaurantes participantes a fim de contribuírem com a causa. Além disso, é uma forma de os restaurantes contribuírem financeiramente e não se sentirem “desgastados” com doações mensais.

Como a organização não tinha recursos financeiros disponíveis para a divulgação, conseguiu apoiadores de mídia, e os mesmos foram inseridos em todos os materiais publicitários, incluindo o site da entidade. E os materiais que foram impressos, como *banners*, cartazes, folders, a placa e os brindes foram divididos entre os restaurantes participantes, pois durante um ano eles ficaram expostos na mídia a um baixo custo. O orçamento do primeiro ano foi de: custos com todos os materiais citados: R\$ 2.400,00, sendo uma cota de R\$ 150,00 para cada restaurante participante.

Para captar recursos, fizemos visitas aos restaurantes, apresentação da proposta e fechamento do contrato. Durante o dia do evento, a divulgação direta também aconteceu, pois os voluntários abordaram as pessoas que foram ao restaurante falando da campanha. Os desafios encontrados foram convencer a diretoria da instituição a reformular a ideia inicial, que era colocar um cofre nos caixas dos restaurantes, e também conseguir voluntários para trabalhar durante o dia do evento. Outro desafio foi manter os frequentadores da campanha informados sobre a próxima data, portanto, a disciplina para enviar os e-mails marketing e respeitar todo o cronograma das ações foi de fundamental importância para o sucesso da campanha.

“Aprendemos que uma campanha realizada com pesquisa de viabilidade, planejamento bem estruturado e delegando os responsáveis para atividades antes, durante e depois garantem o sucesso e facilitam a execução. A organização dessa campanha fez a entidade repensar o planejamento de todas as ações de captação de recursos.”

## Terceiro colocado: Centro de Estudos de Meio Ambiente & Integração Social – Cemais

Constituído em 2003, o Cemais tem como missão proporcionar educação socioambiental em busca do desenvolvimento sustentável das comunidades, tendo como meta instrumentalizar as pessoas para melhorar a sua qualidade de vida por meio da educação socioambiental.

Desde sua constituição, o Cemais desenvolve ações de educação ambiental no condomínio Santa Bárbara. O corpo diretivo que assumiu a gestão do condomínio em 2008 permitiu apresentar aos subsíndicos

as questões ambientais relacionadas ao empreendimento, e o Cemais capacitou gratuitamente os moradores que quiseram atuar como agentes ambientais, especialmente na coleta seletiva.

Após essa capacitação, foi lançado o programa de coleta seletiva, em setembro de 2009. A equipe do projeto Somar é responsável pelo gerenciamento das ações, e o corpo diretivo tem como responsabilidade proporcionar estrutura adequada, pintar as lixeiras, viabilizar lugar para guardar os recicláveis. Assim, os agentes retiravam os materiais das lixeiras e separavam e vendiam ao único comprador que se prontificou

a retirar os materiais do condomínio. Desses recursos, 60% eram destinados à mão de obra (agentes), 20%, para manutenção (sacos, luvas e divulgação) e 20% para ações de educação ambiental. O programa chegou a retirar 3,5 toneladas de materiais recicláveis em um mês.

Os resultados obtidos com o Somar foram apresentados ao Conselho de Meio Ambiente da Cidade de São Paulo (Cades), bem como a pesquisa sobre a produção de resíduos domiciliares desenvolvida pelo Cemais em parceria com o engenheiro Silas Macedo, da subprefeitura de São Mateus, a estudante do curso de Gestão Ambiental, Eloise Utima, e o Condomínio Santa Bárbara.

Em novembro de 2010, foi assinado o convênio com a Secretaria Municipal do Verde e do Meio Ambiente para que fosse desenvolvido o projeto Somar, com um objetivo a ser atingido ao final de 12 meses: sensibilizar 600 famílias para as questões sociais e ambientais e implantar um Posto de Entrega Voluntária (PEV) para reciclados.

### IDEIA

A ideia central é transformar resíduos domiciliares em fonte de renda para promover o desenvolvimento socioambiental do condomínio Parque Residencial Santa Bárbara. O objetivo é reduzir os resíduos a serem enviados para o aterro sanitário e gerar renda para os desempregados da comunidade, garantindo a sustentabilidade da ação proposta por meio do desenvolvimento e controle de atividades e fomento das questões. “É uma grande ideia porque é simples, e depende só da articulação com a comunidade e parceiros locais”.

Os valores foram transformados em materiais e equipamentos (sacos de lixo, luvas, cartazes, adesivos, apostilas, entre outros) que foram solicitados aos parceiros. A limitação orçamentária foi superada com mão de obra voluntária. Foram realizados termos de parceria com a avaliação do potencial de cada doador. “Captamos recursos materiais e voluntários. O convênio com a Secretaria é na ordem de R\$ 107.108,30, com contrapartida da instituição de R\$ 11.902,22”.

Os desafios principais foram manter as pessoas motivadas para a continuidade das ações e não criar expectativas além das possíveis de serem alcançadas. Também foi importante apresentar objetivos tangíveis.

Aprendemos que uma campanha realizada com pesquisa de viabilidade, planejamento bem estruturado e delegando os responsáveis para atividades antes, durante e depois garantem o sucesso e facilitam a execução



Atores caracterizados de animais em extinção estimularam as doações à Fundação Grupo Boticário

## **Categoria – Inovação em Captação De Recursos**

### **Primeiro colocado: Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza**

A Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza, com sede em Curitiba, é uma instituição sem fins lucrativos que atua em todo o Brasil. Criada em 1990 com a missão de promover e realizar ações para a conservação da natureza, a organização é fruto da inspiração de Miguel Krigsner, fundador do Boticário e atual presidente do Conselho de Administração do Grupo Boticário. Apoiando projetos de outras organizações, a fundação protege áreas naturais próprias, investe em mecanismos inovadores, dissemina conhecimento e sensibiliza a sociedade para a conservação da natureza.

Desde a sua criação, a fundação já doou quase US\$ 10,6 milhões para 1.266 projetos de cerca de 400 instituições pelo país. A instituição mantém duas reservas naturais: a Reserva Natural Salto Morato, na mata atlântica, e a Reserva Natural Serra do Tombador, no cerrado.

A iniciativa consiste de uma campanha direcionada aos franqueados do Boticário para arrecadação do *seed money* (primeiros recursos financeiros) destinados à construção do Centro de Conservação do Cerrado, localizado na Reserva Natural Serra do Tombador, mantida pela instituição.

### **Campanha**

O mote da campanha era incentivar os franqueados a deixarem um legado às futuras gerações, destacando que a contribuição financeira seria uma oportunidade de apoiar de forma direta a manutenção do cerrado brasileiro. Além disso, o franqueado foi motivado a realizar uma doação em nome de alguém que tivesse grande importância em sua vida, como forma de homenagear essa pessoa. Assim, muitos puderam homenagear seus pais, filhos e amigos. A campanha foi lançada exclusivamente em uma convenção anual que conta com a participação de todos os franqueados da rede Boticário. Eles podiam conhecer a campanha e realizar a doação no próprio estande, durante a convenção. Outro estímulo às doações foi a participação de atores caracterizados como animais ameaçados de extinção. A intenção era demonstrar a importância da manutenção de seus habitats naturais.

A doação mínima era de R\$ 500. Porém, muitos doaram valores superiores. O resultado foi um sucesso! Em seis dias, 284 franqueados doaram e, no total, foram arrecadados R\$ 682.351,70 para a construção do centro. Após o evento, mais pessoas demonstraram interesse e, com isso, 30 novas doações foram feitas, com a arrecadação de mais R\$ 20.500. Como forma de agradecimento, os doadores receberam certificados com seu nome e o nome do homenagea-





Trabalho de reciclagem e coleta seletiva realizado pelo Instituto Agronelli

do. Porém, o maior reconhecimento ainda está por vir: todos terão seus nomes gravados no Centro de Conservação do Cerrado.

A campanha foi inovadora por ter um grande apelo emocional. Os franqueados foram motivados a doar em nome de alguém e, assim, realizaram mais de uma doação. O mote da campanha funcionou tão bem para motivar doações que será adaptado para a captação do restante dos recursos para a construção do centro com outros públicos.

## Segundo colocado: Instituto Agronelli de Desenvolvimento Social

O Instituto Agronelli de Desenvolvimento Social tem como missão contribuir para uma sociedade mais justa e participativa promovendo o desenvolvimento social por meio de projetos socialmente responsáveis. Fundado em 2000 para participar efetivamente das políticas públicas do município de Uberaba e região, pretende articular o Primeiro, Segundo e Terceiro setores em prol do desenvolvimento sustentável. Também incentiva a experimentação não-lucrativa de novos modelos socioeducativos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito; de estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações.

## Campanha

A Gincana Vivenciando os 3R's acontece anualmente na cidade de Uberaba, Minas Gerais. Em 2011, o *slogan* foi "A Gincana Verde", promovida pelo Instituto Agronelli de Desenvolvimento Social em parceria com o Comitê de Cidadania Empresarial da FIEMG, do Vale do Rio Grande. O objetivo é disseminar conceitos de responsabilidade socioambiental e promover a sensibilização da comunidade para a destinação correta de resíduos sólidos por meio da coleta seletiva, assim como mobilizar recursos para o Fundo Municipal da Criança e do Adolescente de Uberaba/MG – FUMDICAU.

A gincana consiste da: instalação de 10 postos de coletas de materiais recicláveis em pontos da cidade. Essa atividade é realizada em parceria com empresas e instituições de ensino superior. A coleta nos postos é feita pela Cooperativa de Catadores Autônomos de Uberaba (COOPERU); sensibilização da comunidade para levar materiais recicláveis aos postos de coleta, por meio da educação ambiental para crianças e adolescentes da rede pública de ensino, e também com a campanha de marketing e mobilização.

A campanha é financiada por empresas de Uberaba e região, que apoiam e investem nas ações. Em três anos, já mobilizou cerca

de R\$ 50 mil em patrocínios, além de voluntários e outros recursos para o FUMDICAU. Durante o ano todo, as empresas investidoras recebem palestras sobre a temática.

A campanha é considerada inovadora porque levanta e defende duas bandeiras diferentes, mas necessárias para a formação da cidadania em busca do desenvolvimento social sustentável. A defesa do desenvolvimento pela teoria da educação ambiental, passando à prática por meio da coleta seletiva, além da luta pelos direitos da criança e do adolescente, articulando a mobilização de recursos para o fundo.

Alguns dos resultados atingidos com a campanha foram: 2.567 crianças e adolescentes envolvidos diretamente, 89 professores capacitados, 35 instituições participantes, 30 eventos de educação ambiental realizados em ambientes públicos; 10.088 pessoas envolvidas indiretamente, 10 postos de coleta instalados a cada ano, 13 toneladas de recicláveis destinados corretamente em três anos, R\$ 50 mil de patrocínio captados com empresas, aumento de 30% nos recursos destinados ao FUMDICAU.

### Terceiro colocado: Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Rolândia (APAE)

Com a missão de atender a pessoa com deficiência intelectual, visa à habilitação e à reabilitação por meio de programas interdisciplinares, pedagógicos e profissionalizantes, com apoio administrativo de órgãos governamentais e não-governamentais. Promove o desenvolvimento e a inclusão de pessoas com deficiência.

A ideia da campanha surgiu em sala de aula, onde professores e alunos estudavam sobre a preservação do meio ambiente, especialmente em relação à água. Entre outras atividades, foram levantadas algumas hipóteses em relação aos agentes contaminadores que poderiam prejudicar a qualidade da água potável.

Entre as respostas, o item “óleo de cozinha” foi a problemática escolhida para o início do projeto. Foram feitas pesquisas, leituras e questionários para saber da população qual é o destino dado a este produto após o uso, assim como visitas a lanchonetes, restaurantes e prédios.

Como a maioria das pessoas jogava o óleo no solo e na pia, e somente a minoria reaproveitava para fazer sabão, visitamos empresas que realizavam esta coleta. Unir o trabalho pedagógico com a educação ambiental e a captação de recursos foi extremamente viável para a formação dos alunos como cidadãos conscientes.

A inovação está no fato de poder associar o conhecimento dos alunos e a preservação do meio ambiente por meio da educação ambiental, a formação da cidadania, a captação de recursos e fazer dos alunos membros participativos e responsáveis pela preservação. “O projeto contribui com nosso trabalho, que visa a formação do cidadão em sua totalidade. A iniciativa colaborou com a melhoria do envolvimento da comunidade escolar, levando-os a pensar no seu papel na preservação do meio ambiente”.

Para captar recursos, foi divulgado o trabalho de coleta de óleo por meio de caminhadas de conscientização, palestras em clubes de serviços, parcerias com igrejas, poder público, comunidade, câmara de vereadores e prefeitura. A associação também optou por conscientizar a comunidade através do rádio,

jornal, TV e visitas a prédio, restaurantes e bares.

Estamos desenvolvendo o projeto, e até agora já recolhemos 3.000 litros de óleo na cidade de Rolândia. A escola recebeu, em dinheiro, R\$ 1.500,00. Além de ser uma forma de captação, ajudamos a preservar o meio ambiente, dando a destinação correta ao óleo de cozinha.

“Como organização, aprendemos que o trabalho em equipe gera resultados satisfatórios, e quando todos estão envolvidos para alcançar um mesmo objetivo, conseguimos alcançá-lo”.

O mote da campanha funcionou tão bem para motivar doações que será adaptado para a captação do restante dos recursos para a construção do centro com outros públicos

## Precisa se comunicar com públicos relacionados a iniciativas ambientais?



Para gerenciamento de crises, ações de comunicação, relacionamento com entidades de classe e comunitárias, entre outras atividades, a Maxpress disponibiliza ao mercado o Ambiental.

Dentro de uma plataforma on-line, o Ambiental agrega todos os públicos para o seu relacionamento corporativo com as mais diversas áreas ambientais. Dessa maneira sua ação será focada e ágil, com resultados assertivos e diretos.

Maxpress - Tecnologia para Relacionamento com Públicos Estratégicos

(11) 3341-2800  
www.maxpress.com.br

**Maxpress**

The image is a promotional advertisement for Zepelini Arquitetura. It features a modern building with a mix of materials: light-colored brick, a dark blue tiled wall, and large glass windows. A red banner at the top left contains the company name and logo. A brown banner across the middle contains the slogan. The bottom of the image shows a garden area with a stone path and a white louvered door.

**ZEPPELINI**

ARQUITETURA

Construindo sonhos...

# Código Florestal e o princípio da precaução

Por Dal Marcondes\*

O Senado Federal vai votar nos próximos dias um projeto que pode mudar de forma definitiva o mapa florestal brasileiro, em função de interesses que em mais de um ano de discussões na Câmara e, agora, no Senado, não ficam claros para a maioria da sociedade. De um lado se alinham ambientalistas, cientistas e pesquisadores de diversas instituições, além de 80% da população, segundo pesquisa realizada pelo Datafolha. De outro, os dois relatores do projeto, o ex-deputado e agora ministro dos Esportes, Aldo Rebelo (PCdoB-SP), o atual relator no Senado, senador Luiz Henrique Silveira (PMDB-SC), e um grupo de ruralistas aquartelados na Confederação Nacional da Agricultura sob o comando da senadora Katia Abreu, recém-aderente ao PSD de Gilberto Kassab.

Rebelo passou todo o tempo em que foi responsável pelo projeto de lei do novo Código Florestal na Câmara tentando desqualificar seus opositores, colocando todos em um balaio de detratores da pátria, gente a serviço do imperialismo internacional que não deseja ver o desenvolvimento do Brasil. Ignorou as contribuições oferecidas pela ciência por meio de documentos da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) e da Associação Brasileira de Ciência (ABC), além de estudos desenvolvidos pelo Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (Ipea). Para José Goldemberg, físico, ex-ministro e ex-reitor da Universidade de São Paulo, o projeto que caminha a passos largos para ser aprovado no Senado ignora uma das linhas de conduta básicas da ciência, o princípio da precaução. “No caso de florestas, decisões equivocadas podem implicar sua destruição, o que poderá ter consequências irreversíveis que afetarão não só a atual geração, mas também gerações futuras. Neste caso, é essencial adotar o Princípio da Precaução, que foi incorporado à Convenção do Clima adotada na Conferência do Rio, em 1992, e ratificada pelo Congresso Nacional”, explica Goldemberg em recente artigo.

E ele não está sozinho. Campanhas realizadas em mídias sociais e internet mostram alguns dos mais importantes cientistas e intelectuais brasileiros pedindo precaução nas mudanças ao Código Florestal, que uma

vez implantadas vão se refletir na perda de grandes áreas, além de transformar cidadãos respeitadores da lei, que mantiveram intactas em suas propriedades as Áreas de Preservação Permanente (APPs) e Reservas Legais, em verdadeiros otários. Pois outros, que trabalharam à margem da lei, cortando a mata em lugar de preservá-la, serão beneficiados. Em recente campanha pelo site de vídeos YouTube, personalidades como os economistas José Eli da Veiga e Ricardo Abramovay se manifestaram contrários às mudanças, juntamente com inúmeros cientistas, pesquisadores, artistas e militantes ambientais. E brotam *posts* sobre o tema, em sua maioria contra o novo projeto, em todas as chamadas mídias sociais.

Em estudo realizado pelo Ipea e disponível em seu site, os pesquisadores procuraram calcular a área de reserva legal que deixará de ser recuperada em caso de aprovação do projeto de lei. A partir desse cálculo, foram estimados os impactos que essa perda representaria para os compromissos brasileiros de redução de emissões de carbono (CO<sub>2</sub>) assumidos internacionalmente. Por esse estudo o Brasil deveria ter 258,2 milhões de hectares de Reserva Legal, mas apenas 98,9 milhões têm efetivamente a floresta preservada. O passivo total é de 159,3 milhões de hectares que já foram ilegalmente desmatados. O estudo também alerta para a impossibilidade de o Brasil cumprir os compromissos de redução de emissões de gases-estufa, que a então chefe da Casa Civil e hoje presidenta, Dilma Rousseff, assumiu publicamente na conferência do clima realizada no final de 2009 em Copenhague, na Dinamarca.

Entre os argumentos usados pelo ex-deputado e atual ministro para mutilar o Código Florestal em vigor, está o fato de que ele foi aprovado em 1965, durante a ditadura militar. Esta é apenas uma meia verdade, pois o Código não veio de uma canetada de generais, mas sim de planos de desenvolvimento que vinham sendo trabalhados muito antes, na mesma lógica da construção de Brasília. Era, e ainda é, uma lei que regula a interiorização dos brasileiros e impõe limites à ganância daqueles que trabalham apenas com uma visão de lucro no curto prazo. Predadores que se apropriam dos recursos naturais, os exaurem e seguem em frente.




Outro ponto levantado pelos defensores da liberação das regras de preservação florestal é que esse tipo de legislação em defesa das florestas não existiria em nenhum outro lugar. “É uma lei jaboticaba”, dizem, em referência à fruta exclusiva do Brasil. Este argumento foi desmontado por um estudo realizado pelo Instituto do Homem e do Meio Ambiente da Amazônia (Imazon), em uma pesquisa realizada em parceria com a *The Proforest Initiative*, organização ligada à universidade inglesa de Oxford, que mostra que a proteção das florestas está longe de ser uma “jaboticaba”, não é uma invenção brasileira. A pesquisa, coordenada pelo pesquisador Adalberto Veríssimo, um dos mais respeitados estudiosos da Amazônia, aponta que países como Alemanha, França, China, Índia, Indonésia, Japão e até os Estados Unidos têm leis específicas para a proteção das florestas. No caso norte-americano, por exemplo, no âmbito federal, a conversão de áreas intactas de Florestas Naturais é proibida pela Lei Florestal Nacional (*National Forest Roadless Area Conservation Act*.12). O manejo de florestas em terras privadas é geralmente controlado na esfera estadual e varia entre os Estados norte-americanos. O texto “Um resumo do *status* da floresta em países selecionados” está disponível no site do Imazon.

Entre os ambientalistas que estão na linha de frente da militância contra as alterações do Código Florestal existe a certeza de que as mudanças propostas resultarão em um expressivo aumento no desmatamento no Brasil. Vale lembrar que entre os países do mundo

que mais emitem gases de efeito estufa (CO<sub>2</sub>), o Brasil ocupa o décimo quarto lugar se o desmatamento ficar fora da conta. Mas a conta não é essa quando se inclui o desmatamento, e assim pulamos para o quarto lugar. Mario Mantovani, diretor de mobilização da organização SOS Mata Atlântica, que trabalha com o tema desde os anos 1970, acredita que ainda é possível reverter o quadro no Senado e derrubar as alterações que estão sendo propostas.

As principais são: isenção de obrigatoriedade de Reserva Legal para propriedades de até quatro módulos fiscais, redução das Áreas de Preservação Permanente ao redor de rios, nascentes e cursos d’água e liberação do uso de encostas e topos de morro para a produção agrícola. Parece pouco, mas os cientistas alertam para enormes impactos em preservação da qualidade da água e na manutenção da biodiversidade, fauna e flora que precisam dessas áreas para manterem seus refúgios de vida. “Me param na rua e perguntam se não podemos fazer alguma coisa contra isso”, diz Mantovani, que praticamente mudou de São Paulo para Brasília para realizar um trabalho cotidiano de convencimento dos parlamentares.

Nos próximos dias e semanas, o Senado vai votar para decidir o modelo de desenvolvimento que deseja para o país, se baseado na contínua predação de recursos naturais ou com a inclusão e participação de pesquisadores e cientistas na busca de mais produtividade e da incorporação de enormes territórios já desmatados, exauridos e abandonados em todos os biomas brasileiros. 

Brasília - Estudantes, biólogos e pessoas ligadas ao meio ambiente realizam um protesto plantando mudas de árvores nativas do cerrado no gramado em frente ao Congresso contra o Código Florestal. As mudas de árvores nativas do cerrado que, por lei, são protegidas e não podem ser arrancadas.

\* Dal Marcondes é jornalista, diretor da Envolverde, passou por diversas redações da grande mídia paulista, como Agência Estado, Gazeta Mercantil, revistas Isto É e Exame. Desde 1998, dedica-se à cobertura de temas relacionados a meio ambiente, educação, desenvolvimento sustentável e responsabilidade socioambiental empresarial. Recebeu por duas vezes o Prêmio Ethos de Jornalismo e é reconhecido como um Jornalista Amigo da Infância pela agência Andi.



# Saúde e Educação em larga escala

Somente em 2010, farmacêutica Pfizer investiu mais de R\$ 8 milhões em ações sociais

Por Paula Craveiro

A história da Pfizer começou em 1849, em Nova York, quando os primos e imigrantes alemães Charles Pfizer e Charles Erhart iniciaram a produção de insumos para o preparo de medicamentos. A projeção mundial veio quando a dupla viabilizou a produção da penicilina em larga escala, tornando a Pfizer uma das empresas mais relevantes do setor

farmacêutico. A companhia chegou ao Brasil em 1952 como importadora de medicamentos, e dez anos depois inaugurou sua unidade fabril em Guarulhos, no Estado de São Paulo.

“Hoje, a Pfizer é uma das mais completas e diversificadas companhias do setor farmacêutico no mundo, oferecendo opções terapêuticas para uma variedade de

doenças, com um portfólio que engloba desde vitaminas para gestantes e vacinas para bebês até medicamentos para doenças complexas, como dor, câncer, tabagismo, infecção hospitalar e Alzheimer”, afirma o diretor de Assuntos Corporativos da companhia, Ciro Mortella.

Conforme comenta o executivo, a companhia tem como missão utilizar a ciência e seus recursos globais para melhorar a saúde e o bem-estar das pessoas em todas as fases da vida. Entre seus valores estão o respeito pelas pessoas, a colaboração, a integridade, a qualidade e o apoio à comunidade.

## Desenvolvimento social

Para a Pfizer, a responsabilidade social corporativa é uma maneira de contribuir para o desenvolvimento das pessoas, das comunidades e de suas relações com o meio ambiente. Esta prática está alinhada com o valor de apoio à comunidade, instituído globalmente na companhia. “Assim, a empresa entende que está contribuindo para tornar cada comunidade onde atua em lugares melhores para se viver e trabalhar”, ressalta Mortella.

No desenvolvimento dos projetos sociais, a Pfizer busca unir esforços com o governo e a comunidade e identificar também parcerias com organizações não-governamentais, por acreditar no potencial do Terceiro Setor para promover o engajamento com a sociedade.

“A atuação em Responsabilidade Social Corporativa da Pfizer tem como principal foco a educação e a saúde. A saúde, porque faz parte do foco de atuação da empresa e é algo que a Pfizer conhece bem. E a educação, por se tratar de uma necessidade identificada no Brasil”, esclarece o diretor.

Os projetos são destinados à população em geral (crianças, jovens e adultos) de diversas localidades brasileiras, como São Paulo e Guarulhos, no Estado de São Paulo; Piauí, Bahia e Pernambuco. “Até o final 2010, a companhia investiu R\$ 8,6 milhões em seus projetos sociais e beneficiou, ao todo, aproximadamente 367 mil pessoas”, destaca.

## Projetos socioambientais

O apoio à comunidade é um dos valores estabelecidos mundialmente pela Pfizer, que está sempre em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas. Uma das maneiras encontradas pela companhia para apoiar e valorizar as comunidades onde atua é investir e participar de projetos sociais.

Segundo o diretor de Assuntos Corporativos, o primeiro projeto criado pela empresa é o Programa Pfizer



Crianças beneficiadas pelas ações de Responsabilidade Social da Pfizer

de Educação Ambiental. “Seu objetivo é conscientizar educadores e estudantes a respeito da importância de adotar atitudes que preservem o meio ambiente. O projeto teve início em 2000, juntamente com a Diretoria de Ensino da Região Sul de Guarulhos”.

Além deste, a companhia desenvolve os seguintes projetos sociais:

- Projeto Cabra Escola: Criado em parceria com o Movimento de Organização Comunitária (MOC), a iniciativa visa erradicar o trabalho infantil e aumentar a renda das famílias carentes da região do semiárido da Bahia. O projeto contribui desde 2002 com a permanência das crianças na escola e combate à desnutrição por meio da caprinocultura.
- Casa dos Velinhos de Ondina Lobo: Fundada em 1950, a Casa atende aproximadamente 100 idosos e, com o apoio da Pfizer, dá a eles a oportunidade de integração social, com cuidados médicos, odontológicos e ocupacionais. A Pfizer atua dentro da casa proporcionando aos moradores aulas de informática.
- Cores da Vida: Em parceria com a Associação Cidade Escola Aprendiz, o projeto tem o objetivo de contribuir para o desenvolvimento integral de crianças e adolescentes, a partir da formação de uma rede articulada no território de quatro casas de apoio a crianças com câncer em São Paulo.



- Programa Jovens Empresários: Iniciado em 2001, o programa promove a inclusão social e a preparação de adolescentes da cidade de Campinas (SP) para o mercado de trabalho. É promovido pela ONG Ação Forte, criada pelos funcionários da fábrica de Campinas.
- Projeto Jovem Produtor: Criado em 2006 a partir de uma parceria da Pfizer com a ONG Care Brasil, o projeto incentiva a criação de suínos e aves, com o objetivo de gerar renda para famílias, combater a pobreza, incentivar a permanência dos jovens em suas cidades de origem e melhorar a qualidade da alimentação da população de municípios do Piauí.
- Tear: O projeto promove, por meio de oficinas terapêuticas e profissionalizantes, a reinserção social de portadores de transtornos mentais. Além da reabilitação psicossocial, esse trabalho assegura geração de renda aos participantes e suas famílias, por meio da comercialização dos materiais produzidos. O projeto é uma iniciativa da Pfizer, da Prefeitura de Guarulhos e da Associação Cornélia Vlieg.
- Projeto Vale Sonhar: Com o objetivo de prevenir a gravidez na adolescência, o projeto foi criado em 2004, em parceria com o Instituto Kaplan. Por meio de oficinas, o programa identifica os sonhos desses jovens e os ajuda a traçar um plano de vida. Eles conseguem ainda, por meio de oficinas, prever o impacto da gravidez precoce, bem como são motivados a aprender e a praticar o sexo seguro.

- Brasil Respirando Melhor: Realizado em parceria com a ONG Aliança de Controle do Tabagismo (ACT), o projeto tem o objetivo de contribuir para a proibição do fumo em ambientes fechados e de uso coletivo no país, além de conscientizar a população sobre os riscos do tabagismo.

## Gestão e prestação de contas


A Pfizer dispõe de fontes próprias de recursos para patrocinar, financiar e apoiar o desenvolvimento de seus projetos sociais. “Para acompanhar de perto os projetos sociais nos quais atua, além de receber relatórios mensais sobre o andamento de cada um, a Pfizer faz visitas periódicas e promove reuniões mensais com as ONGs e entidades parceiras. Também são enviados para a companhia relatórios financeiros trimestrais, como forma de prestação de contas”, conta **Ciro Mortella**.

## Conquistas

A companhia aponta como as conquistas as constantes contribuições para o desenvolvimento das pessoas, das comunidades e de suas relações entre si e com o meio ambiente. “Assim, a companhia contribui para a melhoria dos lugares em que atua. Prova disso são os reconhecimentos, inclusive internacionais, alcançados pelos projetos”, ressalta.

Mortella cita como exemplo o **Cabra Escola**, que é reconhecido pelo Banco Mundial e pelo Unicef como experiência modelo e como uma das intervenções melhores sucedidas de erradicação do trabalho infantil na região sisaleira da Bahia. “Em 2008 o projeto recebeu o prêmio **Corporate Citizen of The Americas**, conferido pela Trust for the Americas, uma organização sem fins lucrativos criada em 1997 e afiliada à Organização dos Estados Americanos (OEA)”, complementa.

## Voluntariado interno

Além do desenvolvimento de projetos socioambientais, a Pfizer incentiva ainda a participação de seus funcionários em ações sociais com o Programa **Voluntários Pfizer**. Em 2010 foram desenvolvidas diversas atividades, como o Projeto **ContaÇão de Histórias**, que contribuiu para a humanização do ambiente hospitalar e de outras instituições. A companhia também promoveu em 2010 o **Dia dos Voluntários Pfizer**, que contou com a participação de 170 colaboradores em um mutirão social que aconteceu na **Casa dos Velhinhos de Ondina Lobo**. 



PROMOÇÃO CARTÃO DE VISITAS

# 300gr + VERNIZ LOCALIZADO

500 unidades  
R\$ 110,00

1.000 unidades  
R\$ 140,00



## Class Comunicação: Marketing Digital e Impressos

A Class Comunicação foi criada para auxiliar e orientar clientes em ações de marketing, de forma simples, prática e objetiva. Nosso objetivo é diminuir o espaço que existe entre uma campanha e o cliente. Abrangemos uma grande variedade de serviços relacionados a marketing virtual, como desenvolvimento de sites e hotspots, e-commerce (loja virtual), campanhas de e-mail marketing, desenvolvimento de identidade visual, entre outros.

Assumimos também a responsabilidade de trazer aos nossos clientes alta qualidade e baixo custo em tudo que diz respeito a material impresso, firmamos uma parceria com uma das mais renomadas gráficas do país e com isso conseguimos oferecer um material diferenciado, de qualidade, com preço baixo e livre de preocupações, pois gerenciamos todo o processo de produção, desde o desenvolvimento da arte até a entrega do material pronto para divulgação/distribuição.

Saiba mais sobre nossos Serviços ou confira nossos ótimos preços para materiais Impressos.


## Alguns Serviços

- Websites
- E-commerce
- E-mail Marketing
- Folders
- Catálogos
- Impressos em geral
- Identidade Visual
- Logotipos

Tel.: 11 2339.1003 | 2851.1003  
contato@classcomunicacao.com.br  
www.classcomunicacao.com.br

**CLASS** comunicação

# Por que é tão difícil fazer negócios inclusivos



O desenvolvimento de negócios com a população de baixa renda se mostra como um modelo de trabalho com grande potencial de gerar benefícios não somente para o público de baixa renda, mas também para as empresas participantes. Trata-se de um avanço da qualidade do contato entre empresas e comunidades: da relação unilateral entre a empresa que doa (benevolente) e a comunidade que se beneficia (carente), marca central do início filantrópico do movimento de responsabilidade social corporativa, para uma proposta multilateral, na qual não apenas empresa e comunidade se beneficiam mutuamente, mas todos os agentes e instituições sociais.

Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud)<sup>1</sup>, negócios inclusivos (NIs) são modelos que incluem as pessoas de baixa renda tanto pelo lado da demanda, como clientes e consumidores, como pelo lado da oferta, como funcionários, produtores e pequenos empresários participantes dos diversos pontos da cadeia de suprimentos. Ao mesmo tempo em que a população de baixa renda tem a oportunidade de aumentar seus rendimentos ou como dona do seu próprio nariz ou como funcionários, as empresas se beneficiam da expansão dos seus mercados, geram lucros e, claro, aprimoram sua atuação em sustentabilidade empresarial.

Se, aparentemente, há tantos benefícios, por que então o cenário dos NIs no Brasil ainda carece de destaque?

Sob a ótica macroeconômica, e ainda segundo o Pnud, barreiras estruturais podem afetar os negócios com a população de baixa renda: a informação sobre esses mercados tende a ser limitada, isto é, as empresas têm menos informação sobre os mercados em áreas pobres, especialmente em zonas rurais; o acesso e a infraestrutura desses mercados são, muitas vezes, precários, refletindo em elevados custos de transação; e os sistemas regulatórios tendem a ser pouco efetivos ou amarrados pelo exagero de burocracia.

Mas a limitação da expansão dos NIs não está vinculada somente a fatores externos; existe uma série de barreiras que limita a expansão desse tipo de negócio, tanto para a população de pequenos produtores de baixa renda quanto para grandes empresários.


O estudo *Rede de mercados inclusivos: dos beneficiados às grandes empresas*, desenvolvido pelo Instituto Market Analysis em parceria com o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), apresenta a visão de beneficiários e empresários sobre o assunto. A pesquisa aborda dois públicos distintos: representantes de grandes

corporações alinhadas com a sustentabilidade e representantes de organizações beneficiadas por iniciativas inclusivas. Dentre outros tópicos abordados, o estudo revela os principais entraves e desafios para o desenvolvimento dos NIs na opinião desses públicos.

Os resultados apontam que estabelecer uma prática concisa de gestão inclusiva apresenta obstáculos externos e internos, tanto para organizações beneficiadas como para corporações engajadas. Para ambos os públicos, os NIs esbarram na falta de organização empresarial da população de baixa renda, sendo que os beneficiários ressaltam a dificuldade para cuidar do próprio negócio, enquanto os empresários apontam como entrave o baixo acesso à qualificação deste público.

Sob a perspectiva corporativa, a tarefa também não é vista de forma trivial. Dentro das corporações, a dificuldade de incorporar os NIs no planejamento estratégico e de obter o engajamento da alta liderança são uma realidade para os empresários de grandes empresas. O potencial de ganhos de reputação para as corporações também é questionado por empresários e beneficiários: enquanto os primeiros acreditam que o retorno pode demorar a aparecer, os beneficiários veem como baixos os ganhos de reconhecimento para as empresas atreladas aos NIs. Em resumo, para os empresários, as principais limitações do crescimento dos negócios inclusivos são questões operacionais e valorativas. Já para os beneficiados, trata-se de uma questão essencialmente tática.

A possibilidade de alavancar iniciativas de NIs está condicionada à valorização desse tipo de negócio pelos diversos *stakeholders*, mas dois públicos alavancam o sucesso. Para beneficiários, o processo de mudança deve começar pelo consumidor, ao optar por produtos procedentes de NIs. Já para empresários, é necessário que os NIs sejam valorizados por investidores. Apesar de empresários e beneficiários ainda não falarem a mesma língua, há uma convergência no pensamento de que o desenvolvimento dos negócios inclusivos está nas mãos daqueles que detêm o poder de compra, isto é, do público, que tem nas suas decisões de compra e investimento a oportunidade de optar por empresas com modelos de gestão mais inclusivos.

As opiniões e avaliações dos atores envolvidos no Brasil revelam ainda que a consolidação dos negócios inclusivos como prática da sustentabilidade empresarial aguarda por mudanças de atitude e comportamento dos que consomem, os quais seriam capazes de impulsionar os NIs. Nessa perspectiva, as mudanças estruturais nas formas de gerir as empresas, tornando-as mais inclusivas, são compreendidas como uma consequência das demandas de mercado. Não seria esta visão o grande obstáculo a ser superado tanto por beneficiários como por organizações beneficiadoras? Não poderiam as organizações construir a demanda por negócios inclusivos através de um convite genuíno e bem comunicado à sociedade como um todo? 



### Ficha técnica:

Estudo Rede de mercados inclusivos: dos beneficiados às grandes empresas, elaborado em parceria pela Market Analysis e CEBDS.

Público-alvo:

Beneficiários – amostra de 40 entrevistas realizadas via telefone entre 22 de outubro a 4 de novembro de 2010.

Empresas – amostra de 41 entrevistas realizadas por telefone e on-line entre 19 de outubro e 11 de novembro de 2010.

<sup>1</sup>Relatório Creating value for all: strategies for doing business with the poor, 2008. Growing Inclusive Markets Initiative, Pnud.



### Campanha de Ajuda Humanitária à Somália

A Cruz Vermelha Brasileira se uniu ao Movimento Internacional de Cruz Vermelha e do Crescente Vermelho, com objetivo de angariar fundos para aumentar sua intervenção na Somália e ajudar 1,1 milhão de pessoas. “A ação vem em resposta a uma situação que está se tornando cada vez mais desesperadora”, disse o presidente do Comitê Internacional da Cruz Vermelha (CICV), Jakob Kellenberger. Com os efeitos das secas, da alta inflação e do aumento nos preços dos alimentos, o quadro tem se agravado ainda mais. Por isso, a entidade reforça a importância da participação dos colaboradores. Os interessados podem contribuir com a campanha por meio de doações no Banco do Brasil, AG. 1611-X, C/C 80000-7.

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

### Radar

### Cartilha em comemoração aos cinco anos da Lei Maria da Penha

Em comemoração ao 5º aniversário da Lei Maria da Penha, a Defensoria Pública de São Paulo lançou a cartilha informativa *Lei Maria da Penha: sua vida recomeça quando a violência termina* (28 págs., download gratuito). O material foi elaborado a partir das principais dúvidas e informações disponibilizadas no atendimento especializado da instituição às mulheres vítimas de violência doméstica. A tiragem inicial da publicação conta com 50 mil exemplares e a íntegra também está disponível na internet. Além de contar com informações práticas sobre órgãos públicos e locais de atendimento, o material explica em linguagem acessível os direitos e aspectos da legislação.

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



### Teias e tramas da responsabilidade social

O chamado Estado do Bem-Estar Social não se realiza plenamente no Brasil, e podemos até mesmo questionar se em algum momento ele existiu ou se tratava meramente de ações paternalistas/populistas. O livro de Alice Costa, *Teias e tramas da responsabilidade social* (300 págs., R\$ 40) instiga a refletir que o nó da questão e sua análise passam centralmente pela política, no seu sentido mais amplo. Estaríamos a presenciar e vivenciar o que seria uma recomposição do pacto social brasileiro que envolve os interesses das classes sociais, sobretudo das frações da classe dominante; daquilo que o papel do Estado a elas interessa ser, mas que agora defronta-se com as forças da população organizada que quer se transformar em sujeito ativo.

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



### Congresso Global contra a Corrupção

A 15ª Conferência Internacional Anticorrupção (IACC, na sigla em inglês) será realizada em Brasília, entre os dias 7 a 10 de novembro de 2012. A IACC acontece de dois em dois anos desde 1983 e, desta vez, terá como tema “Mobilizando Pessoas: Conectando Agentes de Mudança”. No Brasil, a conferência será feita em parceria com a Controladoria-Geral da União (CGU), a associação Amigos Associados de Ribeirão Bonito (Amarribo) e o Instituto Ethos. Entre outras questões importantes para a prevenção e o combate à corrupção, o evento vai discutir novas formas de incentivar a promoção de mais transparência sobre os gastos públicos e ampliar a participação social no controle desses gastos e nas decisões do governo.

[www.15iacc.org](http://www.15iacc.org)

### Banco de Leite do Hospital Estadual Mário Covas

O Hospital Estadual Mário Covas, em Santo André (SP), está convocando mulheres em fase de amamentação para doar leite materno. Atualmente, o banco de leite humano do Hospital trabalha praticamente sem estoque, com apenas 12 doadoras, das quais cinco contribuem frequentemente. Com isso, só é possível atender a demanda dos bebês internados, o que impede o abastecimento de outros serviços de saúde. Podem colaborar mulheres não portadoras de doenças crônicas, que não fazem uso de nenhum tipo de medicamento, não fumantes e que não ingerem bebidas alcoólicas. As interessadas devem entrar em contato com a equipe do Banco de Leite do Hospital Estadual Mário Covas pelo telefone: (11) 2829-5021.

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

### Manual do Terceiro Setor e Instituições Religiosas

O crescimento do trabalho desenvolvido por organizações do Terceiro Setor tem levado seus administradores a ocupar-se de questões que antes pouco interesse despertavam. Assim é que centenas de problemas fiscais e trabalhistas, incomuns no passado, passaram a ser a tônica dessas entidades nos últimos tempos. Além disso, o administrador dessas instituições depara-se com um problema de difícil equacionamento: o da busca de recursos para suprir o orçamento com fundos suficientes e necessários. Além das organizações do Terceiro Setor, o Manual do Terceiro Setor e Instituições Religiosas (566 págs., R\$ 83) ocupa-se também da prática trabalhista e previdenciária relativa às instituições religiosas.

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



### O Terceiro Setor em Perspectiva

O Terceiro Setor, que agrupa as entidades sem fins lucrativos, foi inaugurado no Brasil em 1543, com a criação da Santa Casa de Misericórdia de Santos. Desde então, são vários os exemplos eficazes de entidades que têm por norte contribuir para o estancamento das mazelas sociais. Fenômeno mais recente é a afirmação de parcerias entre o Terceiro e o Primeiro (o Estado) Setores, o que tem produzido resultados positivos e inegáveis ganhos para o cidadão. O livro *Terceiro Setor em Perspectiva* (195 págs., R\$ 45) parte da contextualização histórica, estruturação jurídica e conceitual científica para afirmar a sua inexorável atuação com o princípio constitucional da solidariedade.

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



## Estudo aponta crescimento em políticas sociais no Brasil

Um estudo divulgado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) informou que os gastos do governo federal com políticas sociais passaram de R\$ 219,7 bilhões em 1995 para R\$ 541,3 bilhões em 2009, o que representa um aumento de 146%. De acordo com os dados, no ano de 1995 os gastos sociais federais representavam 11,24% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Já em 2009, o percentual chegou a 15,8%, maior patamar verificado nos últimos 14 anos. A análise levou em consideração áreas como: previdência social, saúde, educação, emprego, defesa do trabalhador e assistência social, além de setores como alimentação e nutrição, cultura, desenvolvimento agrário, habitação e urbanismo e saneamento.

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

## Cidadãos brasileiros desaprovam serviços públicos

O atendimento nos hospitais e postos de saúde é o serviço público com pior avaliação, segundo aponta uma pesquisa encomendada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) ao Ibope. Apesar do resultado, 72% dos brasileiros são contra a recriação da Contribuição Provisória sobre a Movimentação Financeira (CPMF) ou de outro tributo específico para financiar o setor. A pesquisa ouviu 2.002 eleitores, com 16 anos ou mais, em todo o país. Sobre os serviços de saúde, 37% classificaram a qualidade como muito baixa e 44% como baixa, totalizando 81% de desaprovação. Em segundo lugar no ranking dos maus serviços vem a segurança pública, com 71% considerando a qualidade baixa ou muito baixa.

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

## Observatório da Corrupção

A Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) acaba de lançar o Observatório da Corrupção. A página pretende ser um canal entre a sociedade e a OAB para o envio de denúncias de casos de corrupção. As denúncias recebidas serão monitoradas pela Comissão Nacional de Combate à Corrupção e os denunciadores têm a garantia do anonimato. Segundo o presidente da instituição, Ophir Cavalcante, a prioridade são os processos envolvendo o uso indevido do dinheiro público e o tráfico de influência. "A sociedade pode transformar, sim, por meio da legítima pressão que ela exerce nos poderes públicos. E ela [sociedade] deve mobilizar-se no sentido de combater essa pandemia que é a corrupção".

 [www.observatorio.oab.org.br](http://www.observatorio.oab.org.br)



## CicloVivo

O portal CicloVivo traz informações e atualidades sobre sustentabilidade. Com o slogan O futuro do planeta está em suas mãos, a nova plataforma tem o objetivo de levar notícias voltadas ao universo da responsabilidade socioambiental esteja o leitor onde estiver, por meio de seus celulares. O portal está disponível para a versão dos aparelhos iPhone e Blackberry, e também para os sistemas Android, Opera Mini, Windows Mobile e Palm OS. Entre as editorias estão: meio ambiente, tecnologia verde, arquitetura e design, mídias e negócios — além de um canal multimídia com fotos e vídeos, todos com conteúdos e dicas ecológicas para contribuir com um novo pensamento de consumo e práticas mais positivas e conscientes.

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



## 19ª edição da Campanha Natal sem Fome dos Sonhos

A Ação da Cidadania lançou a 19ª edição da Campanha Natal sem Fome dos Sonhos. O objetivo da iniciativa é arrecadar brinquedos e alimentos que serão distribuídos a crianças com baixo índice de desenvolvimento humano e, ao mesmo tempo, denunciar a existência no Brasil de centenas de milhares de famílias que ainda vivem abaixo da linha de pobreza. Durante a campanha, que vai até dezembro, a população poderá levar suas doações nos postos de coleta instalados pelos comitês em pontos estratégicos. No Rio de Janeiro, a arrecadação será somente de brinquedos que serão distribuídos a crianças de bolsões de pobreza de 21 municípios, na noite de Natal, pelos cerca de 700 comitês do estado.

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

## Pessoas com Deficiência

A Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência (SNPD), da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (SDH/PR), lançou o Portal da Pessoa com Deficiência. O objetivo da iniciativa é melhorar a vida dessas pessoas e facilitar o acesso às informações sobre as políticas públicas para o segmento. A página eletrônica também será uma referência para os órgãos governamentais por dispor de conteúdos acessíveis, tais como descrição de imagens, PDF texto e marcações semânticas, indicando a linguagem do documento, cabeçalhos, listas, tabelas etc. Com isso, pessoas com deficiência visual ou baixa visão terão acesso às informações por meio de programas leitores de tela, os quais permitem ouvir o que está sendo mostrado.

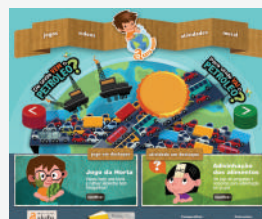
 [www.pessoacomdeficiencia.gov.br](http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br)



## Akatu Mirim

O Akatu Mirim apresenta o ciclo da bala. Este novo pacote de conteúdos tem vídeo, jogo on-line, sugestões de atividades para brincar com os amigos e uma nova pergunta no mural eletrônico. O tema responde às perguntas de onde vem e para onde vai a bala e mostra a importância de adotar hábitos alimentares mais saudáveis. Na seção Vídeos, os pequenos vão descobrir que cada balinha que eles ingerem tem uma porção de ingredientes muito além do açúcar, que deixam o doce mais atrativo e com uma textura toda particular. Além disso, a animação mostra qual é a importância do açúcar na nossa vida e o que acontece ao ser ingerido em excesso. O próximo tema previsto para o Akatu Mirim é o aparelho celular.

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



## Dezembro

Dia	Evento	Local	Realização	Info
1 e 2	Fórum Nacional Sustentabilidade na Prática	Brasília/DF	Conexões Educação	<a href="http://www.conexoes.com.br/sustentabilidade-na-pratica">www.conexoes.com.br/sustentabilidade-na-pratica</a> (61) 4063-9530
5 a 8	Siconv para comunidades terapêuticas: obtenção de recursos federais	São Paulo/SP	Diálogo Social	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
6	Palestra em Curitiba: "Governança Corporativa no Terceiro Setor – A Experiência da Associação Paranaense de Cultura	Curitiba/PR	IBGC	<a href="http://www.ibgc.org.br">www.ibgc.org.br</a> (11) 3043-7008
8 a 10	Desenvolvimento e organização de pequenas e médias ONGs - Programa prático	São Paulo/SP	Diálogo Social	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> 11) 2281-9643
12	Competências Internas e Interpessoais na Administração Pública	São Paulo/SP	Diálogo Público	<a href="http://www.dialogopublico.com.br">www.dialogopublico.com.br</a> (11) 2281-9643
13	Comunicação e Marketing para o desenvolvimento de Projetos Sociais	São Paulo/SP	Diálogo Social	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
14	Recursos federais pelo Plano Plurianual de Investimentos e pela LDO	São Paulo/SP	Diálogo Social	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
15 a 17	ONG Brasil 2011	São Paulo/SP	UBM	<a href="http://www.ongbrasil.com.br">www.ongbrasil.com.br</a>

## Janeiro

Dia	Evento	Local	Realização	Info
16 a 20	Oficina em Siconv: Sistema de gestão de convênios e repasse de recursos do Governo Federal	São Paulo/SP	Diálogo Social	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
23 a 28	Captação + Projetos: Oficina integrada em mobilização de recursos	São Paulo/SP	Diálogo Social	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643
31	Storytelling para organizações sociais: ferramentas para mobilizar pessoas e recursos	São Paulo/SP	Diálogo Social	<a href="http://www.dialogosocial.com.br">www.dialogosocial.com.br</a> (11) 2281-9643



**MONELLO**  
**CONTADORES**

CONSULTORIA CONTÁBIL E FISCAL PARA O 3º SETOR

ESCRITÓRIO CONTÁBIL DOM BOSCO

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

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

## Fevereiro

Dia	Evento	Local	Realização	Info
2	Venda de produtos e serviços e outras formas de geração de renda	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643
6	Fundraising digital: como implementar um programa de sucesso no Brasil	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643
7	A violência doméstica e a exploração sexual infanto-juvenil	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643
9	Como montar e manter um conselho consultivo	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643
17	Editais internacionais de financiamento a projetos sociais no Brasil	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643

## Março

Dia	Evento	Local	Realização	Info
2	Captação de recursos por meio de incentivos fiscais federais	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643

## Abril

Dia	Evento	Local	Realização	Info
3	Captação de profissionais para ONGs	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643
5	Controladoria e Planejamento para a administração financeira de projetos sociais	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643
19	Incentivo ao esporte: a captação de recursos por meio de incentivos fiscais	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643
27	Elaboração de Projetos para Editais da União Europeia	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643

## Maio

Dia	Evento	Local	Realização	Info
3	Marketing Relacionado a Causas: uma fonte de recursos sustentável	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643

## Junho

Dia	Evento	Local	Realização	Info
1	Grandes Campanhas para Captação de Recursos	São Paulo/SP	Diálogo Social	www.dialogosocial.com.br (11) 2281-9643

- 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.

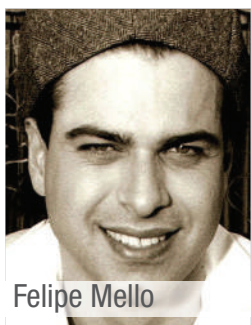
**São Paulo/SP**  
Av. Gal. Olímpio da Silveira, 655  
1º e 2º andar  
Perdizes – CEP 01150-001

**Brasília/DF**  
Centro Multiempresarial  
SRTVS, Quadra 701, Bloco O,  
sala 611 – CEP 70340-000

**(11) 3872.1195**



# Feijuca de almoço, sonho de sobremesa



Felipe Mello

[felipe@cantocidadao.org.br](mailto:felipe@cantocidadao.org.br)

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

**H**á alguns dias saí para almoçar com os pensamentos voltados às tantas atividades que preciso empreender neste momento da minha pesquisa de mestrado. Meu objeto de estudo é o lugar da ética na formação do jornalista. Saí da faculdade e caminhei pela região da Bela Vista, buscando escapar do circuito gastronômico da Avenida Paulista. Após descer alguns quarteirões pela Alameda Joaquim Eugênio de Lima, um restaurante abotecado ou um boteco arrestaurantado me chamou a atenção. Mesas postas na calçada, taxistas conversando, garçom simpático ajustando as coisas. Num dia quente de primavera, depois de quatro horas de aulas

matutinas, decidi me acomodar naquele lugar prosaico e acolhedor.

Uma boa birosca não pode ter como prato principal da quarta-feira algo diferente da feijoada. Nem precisei do cardápio para desejá-la, uma vez que a mesa ao meu lado estava habitada por quatro rapazes absolutamente entregues aos prazeres do feijão preto, couve cozida, arroz soltinho, farofa e o temido e difamado torresminho. Comiam sorrindo. Talvez este seja o melhor termômetro para medir a satisfação com a boia. Como eu adoro sorrir, pedi a fejuca.

Enquanto o garçom amigão trazia os apetrechos e o kit suíno, observei que, sentado na calçada à minha



frente, estava um catador de latinhas. Vestia uma camisa vermelha desbotada com a sigla de algo que me lembrava alguma central sindical. Possivelmente a ganhara por doação ou por ter participado de alguma manifestação, daquelas que espalham palavras de ordem e que raramente promovem verdadeiras e duradouras mudanças na vida de pessoas como aquele personagem. Ele tinha uma espécie de azia no olhar. Não percebi rancor na forma como mirava o horizonte, apenas algo próximo à categoria da desesperança.

Eu estava com fones no ouvido naquele momento, que tocavam a versão em áudio da participação da Susan Boyle naquele programa de talentos gringo. Você deve se lembrar dela. A quase senhora gorduchinha que assombrou o mundo com o seu talento, calando olhos preconceituosos que, quando a viram pela primeira vez, riram sentados no colo do escárnio. Em um momento da música ela canta assim, e aqui traduzo livremente para o português: “eu sonhei um sonho em que minha vida seria bem diferente deste inferno que estou vivendo”. Embora não fosse uma criação dela, parecia autoral, ou pelo menos algo com que ela se identificava bastante, tamanha a verdade que voava pelo ar com a sua voz. Susan Boyle espantou o mundo com seu talento. O homem à minha frente parecia querer espantar a fome.

Quais sonhos ele sonhara durante a sua vida, especialmente em sua infância? Dificilmente fora o que ele estava vivendo. Posso estar absolutamente equivocado, motivado pela pretenciosa ideia de que podemos compreender totalmente o outro, sem atravessar a ponte e

chegar perto de verdade. De qualquer forma, não conseguia parar de olhar para ele enquanto a música, que faz parte da obra “Os miseráveis”, chegava ao seu final. Minha feijoada chegou, farta e cheirosa. Antes de o garçom sair de perto de mim, pedi a ele um favor: que preparasse uma quentinha e entregasse ao homem que ainda estava sentado no meio-fio quente. Pedi ainda que não revelasse quem oferecera a gentileza; não queria que o homem se sentisse na obrigação de agradecer, uma vez que isso poderia expô-lo ainda mais.

Instantes depois, a quentinha foi entregue ao seu destinatário. Olhei de rabo de olho, buscando não ser denunciado por mim mesmo. O homem agradeceu sorrindo ao garçom, que também parecia feliz por participar daquela trama humana. Na volta, piscou para mim, numa espécie de código secreto de parceiros de uma empreitada bem-sucedida. A feijoada estava ótima. O rango que ofereci ao distinto desconhecido também parecia saboroso. Ele comia com gosto. Terminou antes de mim, pois eu comi devagar pensando

Ele tinha uma espécie de azia no olhar. Não percebi rancor na forma como mirava o horizonte, apenas algo próximo à categoria da desesperança

naquela situação e também em outras coisas que teria de resolver durante a tarde. Provavelmente ele pensava nas muitas latinhas que ainda teria de recolher até o final do dia. Passando ao meu lado, qual não foi a minha surpresa quando o homem parou e disse baixinho:

- Obrigado, meu irmão, que todos os seus sonhos se realizem.

Ele seguiu rua acima. Instantes depois eu também segui, após um almoço acompanhado de alguém que me desejara exatamente o que eu desejava a ele. ☺

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

Responsabilidade Social Corporativa

SponsorTracker

Monitor de Reputação Empresarial

Líder Barômetro

Media Reputation

Barômetro Ambiental

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

[info@marketanalysis.com.br](mailto:info@marketanalysis.com.br)  
+55 48 3234 8573



### Associação Para o Desenvolvimento, Educação e Recuperação do Excepcional

A Associação para o Desenvolvimento, Educação e Recuperação do Excepcional (Adere) é uma entidade sem fins lucrativos que, desde 1972, oferece atendimento especializado e qualificado ao portador de deficiência intelectual, para capacitá-lo ao mercado do trabalho, resgatar sua autoestima e propiciar a vivência em sociedade, com o exercício pleno da sua cidadania. Atualmente, a associação atende 84 aprendizes envolvidos em atividades terapêuticas, culturais, esportivas e sociais, que aprendem e ensinam lições de vida diariamente.

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

### Orientavida

A ONG Orientavida foi fundada em novembro de 1999 com o intuito de ajudar as pessoas menos favorecidas a combater, de maneira eficiente, a pobreza e a falta de oportunidades. Em 2009, a entidade firmou parceria com a designer Ana Strumpf e, juntas, lançaram em 2010 a primeira coleção licenciada pela Walt Disney, cujo tema foi Alice no País das Maravilhas. A coleção foi premiada pela Fashion & Home dos Estados Unidos com o prêmio mundial de melhor produto adulto na linha de decoração, sendo aquela a primeira vez que a Walt Disney Brasil recebeu essa premiação. Por meio da comercialização de seus produtos, a ONG mantém em atividade cerca de 300 artesãs da região do Vale do Paraíba (SP), além de palestras socioeducativas, apoio psicossocial, ginástica laboral e auxílio-alimentação.

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



### ONG Flor da Vida

A organização não-governamental Flor da Vida, sediada em Ourinhos (SP), é uma associação civil de direito privado de caráter sociocultural sem fins lucrativos que tem por finalidade defender e colaborar para a melhoria das condições socioeconômicas do público assistido pela entidade. São realizadas oficinas artesanais, de modo a estimular e desenvolver o pleno exercício da cidadania por meio da inclusão social e cultural, com vistas a melhorar a qualidade de vida da população, além de contribuir para a geração de renda e manutenção do lar das participantes.

 <http://onggrupoflorldavida.org>

### ONG Vira Lata Vira Vida

A ONG Vira Lata Vira Vida foi criada em 2009 na cidade de Piracicaba (SP), a partir da mobilização de diversas pessoas sensibilizadas com os problemas ocorridos em um abrigo para cães na região, que mantinha cerca de 500 animais passando fome, sem condições mínimas de higiene e doentes. Diante desse cenário foi legalmente constituída a ONG. Embasada no objetivo de manter o abrigo, suprir a alimentação e dar condições de saúde e bem-estar aos animais, seus princípios são a castração, o trabalho voluntário, a educação e a formação de novos protetores. A ONG mantém em seu site uma loja virtual, cuja renda é revertida à manutenção do projeto.

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



# Treinamentos em Gestão Social



São Paulo - SP  
15 e 16 de dezembro

## Minicursos sobre diversas temáticas da Gestão Social na Expo ONG Brasil 2011

Ader Assis Jr., André Mazzucatto, Alfredo dos Santos Junior, André Gabriel, Carol Zanoti, Danilo Brandani Tiisel, Edson Marques Oliveira, Fábio Biolcati, Flavia Lang Revkolevsky, Felipe Mello, João Paulo Vergueiro, Maria Iannarelli, Marcio Okabe, Michel Freller, René Steuer, Ricardo Falcão, Ricardo Roberto Monello, Rogério Martir, Rosana Pereira, Valdir Cimino

16 a 20 de janeiro

## Oficina Intensiva em Siconv: Gestão de convênios e repasse de recursos do Governo Federal para o Terceiro Setor

Fernanda Lyra, Rosana Pereira

23 a 28 de janeiro

## Elaboração de Projetos + Captação: Oficina integrada em mobilização de recursos

Marcelo Estraviz, Ricardo Falcão

31 de janeiro

## Storytelling para organizações sociais: ferramentas para mobilizar pessoas e recursos

Fabiana Dias

02 de fevereiro

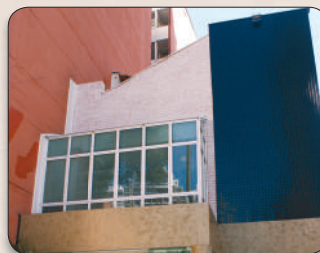
## Venda de produtos e serviços e outras formas de geração de renda

Danilo Brandani Tiisel, Michel Freller

03 de fevereiro

## Formação e motivação de equipes interdisciplinares de organizações sociais

Maria Iannarelli



Venha conhecer a nova estrutura da Diálogo Social!

Apoio:

REVISTA  
**filantropia**  
& gestão 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)

diálogo  
social



Accesa o site pelo seu smartphone

# Feira e Congresso de Ongs Brasileiras

Aqui, pessoas e empresas investem em ação social e contribuem para uma sociedade mais justa.



## ONG Brasil



## Quem Expõe

- Organizações Não Governamentais (ONGs) Brasileiras ou com atuação no Brasil.
- Fundações e Institutos ligados ao Governo e à iniciativa privada.

## Quem Visita

- Cidadãos que buscam causa para começarem uma ação social, seja com a doação de dinheiro ou outros bens materiais, ou ainda a "doação" de tempo por meio do trabalho voluntário
- Representantes da área de Responsabilidade Social, Gestão Ambiental, Marketing e outras correlatas do setor público e privado.
- Executivos que ainda não têm uma política de Responsabilidade Social e estão definindo o foco a ser adotado por suas empresas.
- Empresários.
- Gestores do Terceiro Setor.

## Do Brasil para o Mundo

Em março de 2011 a UBM de Londres realizou a primeira edição do Responsible Business, adequando a ideia do evento ONG Brasil à realidade do setor na Europa.

Além disso, a UBM está programando eventos similares na Índia e China. Na Índia, o evento está confirmado para 17 a 19 de novembro de 2011, em Gurgaon, próximo a Deli.

### Participe dessa iniciativa

ONGs, empreendedores e organizações com visões sustentáveis reunidos em um mesmo local.

Informações e inscrições:  
[www.ongbrasil.com.br](http://www.ongbrasil.com.br)

**15 a 17 Dezembro 2011**  
Expo Center Norte | São Paulo - SP



Organização:



Conteúdo:



Parceiro Oficial:



Mídia Oficial:



Apoio:



Apoio Institucional:

