

GESTÃO SOCIAL • RESPONSABILIDADE SOCIAL • VOLUNTARIADO • TERCEIRO SETOR

FILANTROPIA

#58



INSTITUTO
FILANTROPIA

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Pesquisa inédita revela perfil do profissional de captação no Brasil

RESPONSABILIDADE SOCIAL

É possível que uma empresa seja sustentável sem perder a rentabilidade?

DEMOCRATIZANDO A INFORMAÇÃO

REVISTA FILANTROPIA MUDA DE CARA E PASSA
A INTEGRAR O INSTITUTO FILANTROPIA, QUE TEM
COMO MISSÃO PROFISSIONALIZAR O TERCEIRO SETOR



ENTREVISTA • Ana Maria Braga fala dos projetos sociais que apoia e sobre como utilizar seu ofício em prol do desenvolvimento da sociedade

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.



Acesse o site pelo seu smartphone

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

R\$
39,90



*Adquira pelo site: www.institutofilantropia.org.br

*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.

Zeppelini Editorial & Sebrae

Autor: Marcio Zeppelini

Ano: 2011 - Edição: 1ª

Número de páginas: 208

R\$
39,90



10

TEMPO DE MUDANÇA

REVISTA FILANTROPIA PASSA A SER GERIDA PELO INSTITUTO FILANTROPIA, QUE TRAZ MAIS FORMAS DE DEMOCRATIZAR A INFORMAÇÃO TÉCNICA DO TERCEIRO SETOR



6

ENTREVISTA

Ana Maria Braga



48

ESPECIAL

Transplantes de órgãos no Brasil



39 PRÊMIO MOBILIZA
A arte de mobilizar recursos



64 REFLEXÃO
Felipe Mello



20 RADAR SOCIAL
44 PAINEL DE CONTROLE
60 FIQUE LIGADO!
62 GERAÇÃO DE RENDA



GESTÃO SOCIAL

Captação de Recursos

25 Quem é o captador de recursos no Brasil?

Ponto de Vista

28 Mobilizando pessoas

Voluntariado

30 Voluntariado a distância

31 Disponibilidade: peça-chave no voluntariado

Tecnologia

32 O Terceiro Setor nas Nuvens

Administração

34 Gestão Integrativa para o Terceiro Setor

Legislação

36 A Igreja que virou Pub

Contabilidade

38 As organizações religiosas e o código civil brasileiro



SUSTENTABILIDADE

Responsabilidade Social

51 Sustentáveis, porém rentáveis

54 Desenvolvendo parcerias sociais sustentáveis

Meio Ambiente

56 Resíduos ainda são tratados como lixo no Brasil

Data Filantropia

58 Vamos repetir a história da Ilha de Páscoa?

FILANTROPIA

ISSN 1677-1362

EDITOR GERAL

Marcio Zeppelini (43.722/SP)

EDITORA-CHEFE

Thaís Iannarelli (MTB 46.415/SP)

EDITORA-ASSISTENTE

Juliana Fernandes (MTB 63.201/SP)

REDAÇÃO

Paula Craveiro e Luciano Guimarães

PROJETO GRÁFICO

Rafael Tadeu Sarto

ARTE

Daniel Gallo, Luciana Silva Rodrigues,
Rodolfo Daufembach Lucas

EDIÇÃO

Karina Watanabe, Paloma Ferreira da Silva,
Aline Graça, Suellen Erba

CONSELHO EDITORIAL DELIBERATIVO

Marcelo Monello, Marcio Zeppelini, Marcos Biasioli,
Mauro Zeppelini, Ricardo Monello

IDEALIZADORES



Imagens ilustrativas: shutterstock.com



PRESIDENTE

Marcio Zeppelini

DIRETORA EXECUTIVA

Thaís Iannarelli

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Conceição Marmo

CONSELHO DIRETOR

Danilo Tiisel, Marcelo Estraviz,
Ricardo Marcelo de Oliveira, Rogério Paganatto

CONSELHO CONSULTIVO

Dal Marcondes, Fagna Freitas, José Chapina,
Mara Gabrielli, Michel Freller, René Steuer, Rilder Campos

www.institutofilantropia.org.br

www.facebook.com/InstitutoFilantropia

Rua Bela Cintra, 178 – Consolação – São Paulo

(11) 2978-6686

PARCEIROS INSTITUCIONAIS



GESTÃO E DESENVOLVIMENTO EM NOVO FORMATO



THAÍS IANNARELLI
Diretora-executiva
do Instituto Filantropia

Em dez anos de existência, a Revista Filantropia já publicou mais de 3 mil páginas de conteúdo voltado para a gestão e informações técnicas do Terceiro Setor. Desde 2002, coloca em prática a missão de proporcionar a profissionalização das organizações que atuam em prol de causas no país, trazendo matérias e artigos sobre diversos temas direcionados a como melhor administrar uma instituição no Brasil.

...

Colaborar com esse desenvolvimento é muito gratificante para nós, que temos como causa justamente isso: gerar informações técnicas atuais e de qualidade para os leitores, que atuam por uma causa social ou ambiental. É o Brasil e toda a humanidade se desenvolvendo!

...

Tendo isso em mente, ampliamos nosso foco de atuação lançando o Instituto Filantropia, do qual você, que já é assinante, faz parte – agora como afiliado.

...

E se ainda não é, entre em nosso novo portal – www.institutofilantropia.org.br e afilie-se para receber todo esse conteúdo que a organização produz.

...

Continuamos fazendo o que sempre fizemos, ou seja, seguimos desenvolvendo conteúdos de gestão, contando com colaboradores, fazendo entrevistas e matérias sobre o Terceiro Setor. Porém, a partir de agora teremos mais canais para disponibilizar tal conteúdo.

...

Na matéria de capa desta edição, apresentamos ao mundo o Instituto Filantropia, que nasce com dez anos da experiência que a revista nos proporcionou.

...

Esta nova trajetória, assim como as mudanças que estamos fazendo, causa em nós muita expectativa.

...

Queremos aproveitar este momento para interagir mais com nossos leitores e afiliados a fim de criar mais oportunidades de democratizar as informações, ou seja, concretizar nossa missão.

...

Contamos com vocês, leitores, para juntos iniciarmos esta nova jornada, pois vocês fazem são da nossa história e do nosso objetivo.

...

Aproveito para lançar uma reflexão que devemos ter todos os dias ao acordar: que mundo queremos ter amanhã? E o que eu farei hoje para contribuir para que isso aconteça?

Boa leitura!



MARCIO ZEPPELINI
Presidente
do Instituto Filantropia

Cursos on-line e ao vivo

Alguns de nossos temas:

- 10 dicas para aparecer no Google.
- 10 formas de melhorar a comunicação de sua ONG.
- 10 temas indispensáveis para a contratação de funcionários e voluntários.
- 30 fontes internacionais de financiamento de projetos.
- 5 Incentivos Fiscais para sua organização captar recursos.
- 7 dicas para implementar o Marketing Relacionado à Causa (MRC) na sua organização.
- 7 razões para usar o Crowdfunding - Financiamento Coletivo de Projetos pela Internet.
- Captação de Recursos com empresas - Dicas e Truques.
- Criação de índice de desenvolvimento da causa e avaliação de impacto em projetos sociais.
- Leis e impostos que você deve conhecer antes de captar recursos.
- O que é preciso saber para captar com Incentivos Fiscais Federais.
- Recursos governamentais para a área de Cultura.
- Verificação e avaliação de resultados sociais: quantitativos e qualitativos.

Verifique nossa agenda:



diálogo
digital

A **Diálogo Digital**, parceira da **Revista Filantropia**,
é a versão on-line da **Diálogo Eventos**,
que leva via internet e ao vivo
treinamentos para gestores de projetos sociais.

www.dialogodigital.com.br



ENTREVISTA

GUERREIRA DO BEM





Vitoriosa em sua vida pessoal e profissional, Ana Maria Braga luta para beneficiar Instituições, alinhando sua imagem a causas em que acredita

Por Juliana Fernandes

Paulista de São Joaquim da Barra, **Ana Maria Braga** é filha única e passou a infância e a adolescência estudando em internatos no interior de São Paulo. Na adolescência, disposta a fazer faculdade, fugiu de casa e começou a trabalhar para poder se formar em biologia. Com o diploma em mãos, veio para a capital para fazer uma especialização na área e, para pagar os estudos, conseguiu um emprego na extinta TV Tupi. Lá, apresentou telejornais, shows e estreou num programa feminino. Disposta a investir no novo segmento, cursou a faculdade de jornalismo. Com o fim da emissora, Ana trabalhou como assessora de imprensa e diretora comercial em revistas femininas.

Longe da televisão por mais de dez anos, Ana voltou em 1992 e, por sete anos, dirigiu, produziu e apresentou o programa “Note e Anote”, na Rede Record. Em julho de 1999 estreou o programa “Mais Você”, na Rede Globo, ao lado do seu fiel companheiro: o Louro José. Apaixonada pelo que faz, Ana se considera uma mulher realizada. Mas, para quem pensa que a vida da estrela é fácil, aqui vai uma informação: ela trabalha 15 horas por dia, e ainda tem tempo para se dedicar às questões sociais – conforme conta em entrevista à Revista Filantropia.

Revista Filantropia: Você foi criadora do Projeto de Cozinha Popular Ana Maria Braga, um curso sobre reaproveitamento alimentar direcionado a comunidades carentes. Conte-nos como surgiu a ideia para esta iniciativa.

Ana Maria Braga: Sempre tive uma grande preocupação de que todo o conteúdo gastronômico do programa fosse baseado em produtos acessíveis, para que o telespectador de qualquer parte do Brasil pudesse encontrar os ingredientes que compõem as receitas, e que elas fossem fáceis de fazer. Transferimos esses conhecimentos para o projeto e deu muito certo. Já formamos centenas de pessoas.

RF: É impossível desassociar a imagem do Louro José de seu programa – ele inclusive já recebeu o título de agente especial do Ibama, como símbolo de combate ao tráfico de animais. Tinha ideia de que o Louro teria esse alcance?

AMB: O Louro José sempre foi participativo e atuante. Por isso, temos na figura dele a função de ser uma espécie de porta-voz das causas da natureza.



FOTO: DIVULGAÇÃO

RF: No decorrer da sua trajetória televisiva, ficou nítida a preocupação com a prestação de serviços em seus programas. Quadros como: 'S.O.S Mais Você', com o Dr. Guilherme Furtado, e 'Será que eu Posso', com o economista Roberto Zentgraf, esclarecem dúvidas do público e vão além do entretenimento. Essa é uma das questões fundamentais para você como apresentadora?

AMB: A função do programa é a de entreter e informar, e eu, como apresentadora, sou responsável por conduzir isso até o telespectador. Sempre buscamos ter quadros que possam auxiliar as pessoas a ter mais qualidade de vida, mais informações para melhorar suas finanças, a organizar melhor sua vida pessoal e profissional, enfim, a função do Mais Você é ser um amigo da família.

RF: Você atua como madrinha do Instituto Abrace, uma organização destinada a dar amparo e conforto aos pais de crianças internadas em UTI. Como surgiu o convite para o projeto e de que forma é a sua atuação?

AMB: Há diversas entidades benemerentes que eu apoio, como a Casa Hope, o Instituto Olga Kos de Inclusão Cultural, o Instituto Coca-Coca, o Instituto Ayrton Senna, a Associação Brasileira de Mucopolissacaridoses (MPS), no projeto 'Crescer

como iguais', o Retiro dos Artistas, além de dezenas de campanhas pontuais. Cedo minha imagem para que essas organizações sérias possam reverter a favor delas coisas positivas.

RF: Em maio deste ano, você participou da Campanha sobre a Mucopolissacaridoses – uma doença genética grave e de difícil diagnóstico. Outros artistas, como Xuxa Meneghel, Marisa Orth e Isabel Fillardi, também tiveram atuação na causa. Na sua opinião, qual é a importância do engajamento da classe artística nesses projetos?

AMB: Sou uma pessoa pública e construí ao longo da minha carreira uma imagem sólida, séria e respeitável. Me orgulho muito disso e acho que, diante de todas as carências do país, tenho que doar a minha imagem para as causas nas quais acredito.

RF: O livro "A Força da Fé" traz um relato muito especial sobre como você enfrentou o câncer e sobreviveu à doença. Após essas batalhas, o que mudou na maneira da Ana Maria 'enxergar' a vida?

AMB: O câncer muda a gente de qualquer maneira. Os problemas que antes pareciam grandes se tornam insignificantes. O modo de enxergar a vida, as pessoas que amamos, o tempo que temos é outro. Tudo ficou mais fácil, mais rápido. A dor da doença nos faz mudar e termos outras prioridades, outros objetivos.

RF: Ainda sobre essa fase, como foi falar abertamente sobre a sua doença durante o seu programa? Foi importante receber o carinho e o apoio dos fãs?

AMB: Como a minha equipe sempre diz, eu sou uma guerreira. Sempre disse que para enfrentar o câncer a gente tem que encará-lo de frente, sem meias palavras. Na minha luta contra o câncer, a fé, muita oração, família e amigos foram elementos fundamentais para aguentar tudo o que enfrentei. Receber o apoio de milhares de fãs me ajudou muito nessa luta. Decidi também que seguiria fielmente o que a minha equipe médica havia proposto. Isso foi muito bom, porque fiquei focada na busca pela cura por meio do que os especialistas me recomendavam. A fé e as orações me fizeram aguentar o tratamento que, no meu caso, foi muito dolorido.

RF: Sempre que possível você está presente em cerimônias, leilões e outros eventos ligados ao Terceiro Setor. Por ser tão engajada nos assuntos sociais, já pensou em iniciar sua própria instituição? Se sim, gostaria que ela contemplasse alguma causa específica?

AMB: Eu acredito que possa fazer muito mais emprestando minha imagem para diversas entidades e ONGs sérias, que consigam fazer corretamente o seu trabalho e, desta forma, auxiliar mais pessoas. Já pensei em iniciar minha própria entidade, mas infelizmente não teria tempo hábil para fazer direito, como eu acredito que as coisas devem ser feitas. 📺

Ressoar Solidário

Ações de voluntariado por todo o Brasil e diversas áreas.



Programa Ressoar

Apresentado por Chris Flores, o Programa Ressoar vai ao ar pela Record News, todos os domingos às 19:30h, com reprise nos sábados seguintes às 14h. Por meio de reportagens e entrevistas, abre espaço para o debate sobre o terceiro setor, incluindo fatores econômicos, sociais e de educação.



Projeto Nova Canaã

550 crianças atendidas por dia. Educação, esportes e alimentação!



INSTITUTO RESSOAR

Ressoar nos Bairros

200 mil atendimentos por ano. Shows e diversão para toda a família.



Ressoar Multimeios

700 alunos inscritos a cada etapa. 230 horas de aulas ministradas. Mais de 350 alunos formados.



É MAIS QUE ESPERANÇA. É REALIZAÇÃO!

Junte-se à nós e seja mais que esperança na vida de muita gente!
Faça parte de nossos projetos.
Vamos tornar a sociedade mais justa e menos desigual.

Fale conosco - ressoar@ressoar.org.br



www.ressoar.org.br



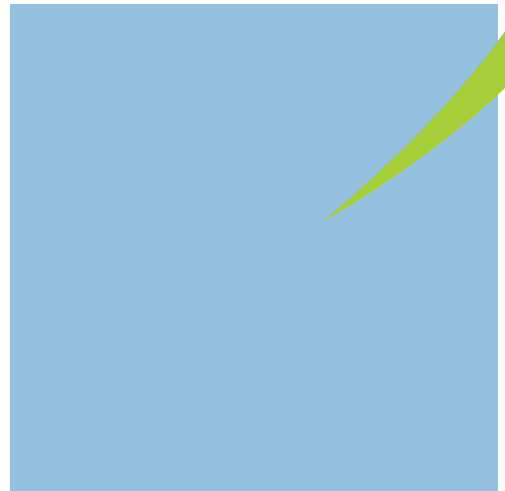
facebook.com/institutoressoar



twitter.com/ressoar

#

CAPA



TEMPO DE MU DAN ÇA

REVISTA FILANTROPIA
PASSA A SER GERIDA
PELO INSTITUTO
FILANTROPIA, QUE
TRAZ MAIS FORMAS
DE DEMOCRATIZAR
A INFORMAÇÃO
TÉCNICA DO
TERCEIRO SETOR

Por **Thaís Iannarelli**

“Não basta fazer o bem, é preciso fazer bem feito”. A máxima utilizada em todas as edições da Revista Filantropia é a tradução de sua missão, que é a de levar informações técnicas e de gestão por meio de artigos, matérias e entrevistas aos seus assinantes. E em 2012, quando a publicação completa dez anos de existência, outra iniciativa começa a surgir para complementar esse objetivo: o Instituto Filantropia, idealizado por Marcio Zeppelini para democratizar a informação técnica relacionada ao Terceiro Setor, utilizando a *expertise* adquirida por seus dirigentes devido ao tempo de existência da revista. A diferença é que, com o Instituto, esta informação será transmitida por diversos canais – entre eles, a Revista Filantropia –, ampliando o acesso para mais pessoas.

Conheça agora um pouco da nossa história e das perspectivas para o futuro!

COMO TUDO COMEÇOU

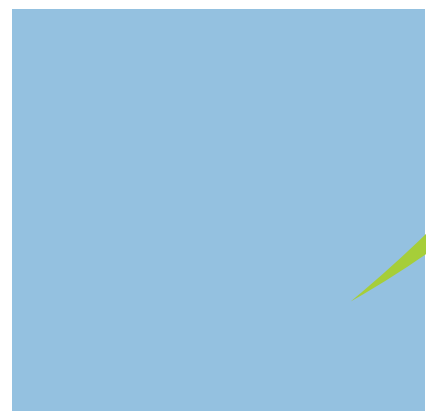
Em 1996, Marcio Zeppelini começou a atuar como voluntário em uma instituição da zona sul de São Paulo e percebeu que a instituição tinha boa vontade, porém, faltava estrutura organizacional, de gestão e administração dos recursos. Vendo que isso causava problemas e limitava o poder de atuação em prol daquela causa, decidiu usar sua experiência na área editorial para, juntamente com o advogado Marcos Biasioli, criar a Revista Filantropia, em 2002. “Passei por algumas instituições como voluntário, e todas elas tinham problemas de gestão, e por isso não conseguiam recursos. Percebendo isso, comecei a pensar que eu poderia ajudar as organizações de uma forma melhor, de levar essa informação técnica da gestão. Por isso, uni minha formação na área de produção editorial com essa vontade de levar essa informação”, conta Zeppelini.

Desde sua criação, então, a Revista Filantropia preza pela qualidade e por levar temas sobre as diferentes áreas que envolvem o setor social brasileiro. Em 2004, uniram-se à causa Marcelo e Ricardo Monello, que passaram a agregar seus conhecimentos na área da contabilidade e auditoria. Tanto os irmãos Monello, quanto Biasioli continuam no corpo editorial técnico da revista, agregando e desenvolvendo as colunas contábil e jurídica, respectivamente.

Ao longo desse período, muitos foram os entrevistados, os artigos e os temas abordados. Falamos sobre ética e transparência na edição número 1 da publicação, já considerando estes itens como os mais importantes para a gestão de uma organização. Falamos também sobre a mulher no Terceiro Setor, sobre captação de recursos e suas inúmeras vertentes, sobre infância, juventude e idosos, sobre saúde e religião, sobre comunicação, voluntariado, cultura, sustentabilidade, turismo, legislação, prestação de contas, investimento social, negócios sociais... entre tantos outros temas, todos voltados à gestão do Terceiro Setor.

Entrevistamos pessoas importantes para a área, além de personalidades que atuam ou atuaram em prol de alguma causa. Já conversamos com Ruth Cardoso, Zilda Arns, Bill Gates, Patrus Ananias, Jô Clemente, Oded Grajew, Antônio Britto, Dorina Nowill, André Trigueiro, Paulo Itacarambi, Mara Gabrilli, Lu Alckmin, Soninha Francine, Lázaro Ramos, Gabriel o Pensador, Mauricio de Sousa, Xuxa, Caco Barcellos, Camila Pitanga, Felipe Massa, Maestro João Carlos Martins, Carlinhos Brown... entre muitos outros atores da área social.

Além disso, contamos com a colaboração de diversos autores que atuam diariamente na prática da gestão da área social. Temas como voluntariado, captação de recursos, legislação, contabilidade, comunicação,





QUAIS OS BENEFÍCIOS DE SER UM AFILIADO FILANTROPIA?

Ao se afiliar ao instituto, você passa a:

- ★ receber gratuitamente a Revista Filantropia
- ★ ter desconto de 50% nos livros com selo Filantropia
- ★ ter acesso irrestrito a todo o conteúdo do Portal IF
- ★ ter acesso às edições passadas da Revista Filantropia no iPad e no seu computador
- ★ participar exclusivamente dos fóruns de discussão do Portal IF, compartilhando suas experiências de gestão com colegas da área e conhecendo novas iniciativas
- ★ ter a possibilidade de divulgar gratuitamente seu projeto social em nossos canais (revista, portal, rádio Tom Social)
- ★ participar gratuitamente de debates e eventos exclusivos a afiliados
- ★ ter 50% de desconto em qualquer treinamento de 8 horas da Diálogo Social (parceira do Instituto)
- ★ ter acesso a atendimento preferencial realizado por nossa rede de consultores.

meio ambiente, sustentabilidade e responsabilidade social são abordados por profissionais especialistas nessas áreas, que participam da redação da Revista Filantropia. “O Instituto Filantropia já nasce parceiro do Centro de Voluntariado de São Paulo, com sua proposta de profissionalização e formação técnica na área de gestão, inclusive dos Programas de Voluntariado das organizações do Brasil”, conta Silvia Naccache, coordenadora do Centro de Voluntariado de São Paulo, que há anos colabora com a Revista Filantropia.

INSTITUTO

Com essa experiência adquirida ao longo de dez anos de existência, surgiu a ideia, em 2011, de criar o Instituto Filantropia, com a intenção de ampliar o alcance e os canais de comunicação para disseminar a informação técnica da área social. “Pensei em montar o Instituto, conversei com as pessoas envolvidas, e a ideia se desenvolveu. Assim, nossa publicação será gerida pelo Instituto Filantropia, tendo mais autonomia, com o selo de organização social sem fins lucrativos. É uma



Com a missão de disseminar a informação aos atores do Terceiro Setor, o Instituto Filantropia, entre outras ações, atua como correalizador de eventos da área social, como o Festival Latino-Americano de Captação de Recursos (ABCR) e a ONG Brasil (UBM).

O QUE MUDA PARA VOCÊ, ASSINANTE?

Agora, em vez de ser assinante da Revista Filantropia, você passa automaticamente a ser um afiliado do Instituto Filantropia (pelo mesmo período de vigência de sua assinatura). Você continuará recebendo suas revistas normalmente, mas com o benefício de ter acesso também aos nossos outros produtos e serviços de disseminação da informação.

Caso não seja nosso afiliado e queira se afiliar, acesse: www.institutofilantropia.org.br

ONG ajudando outras ONGs”, explica Zeppelini. “O Instituto nasce hoje com dez anos de experiência, dez anos de conteúdo, com quase 60 edições publicadas. E ele nasce com o mesmo propósito da revista, de forma ampliada: disseminar a informação técnica do Terceiro Setor”, finaliza.

O Instituto Filantropia será presidido pelo atual editor da revista, Marcio Zeppelini, e Thaís Iannarelli, atual jornalista responsável, fica com a diretoria executiva. Completam a equipe Juliana Fernandes, na redação, e Conceição Marmo, na captação de recursos.

A diretoria e conselho da entidade ainda está em formação. Até o fechamento desta edição já contamos honrosamente com Marcelo Estraviz, Ricardo Oliveira, Danilo Tiisel e Rogério Paganatto no Conselho Diretor. Dal Marcondes, da Envolverde; René Steuer, um dos fundadores da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR); Rilder Campos, presidente do Coniacc; Mara Gabrielli, deputada federal; José Chapina, presidente do Sescon; Michel Freller, consultor em captação de recursos; e Fagna Freitas, captadora de recursos

da Santa Casa da Bahia, já deram seu voto de confiança em nosso trabalho aceitando compor o Conselho Consultivo da organização.

“Uma das mais claras deficiências de organizações que atuam em projetos locais no Brasil, sejam ambientais ou sociais, é a falta de informação e conhecimentos para poderem garantir os melhores resultados em suas ações. As deficiências estão em processos técnicos e de gestão, não por má-fé, mas por falta de consistência em conhecimentos que permitam evoluir de forma mais efetiva e com gestão transparente. Este é o foco de ação do instituto Filantropia e, certamente, o IF vai atuar com grande capacidade de transformação dessa realidade”, afirma Dal Marcondes, um dos conselheiros do Instituto.

FORMAS DE DISSEMINAR A INFORMAÇÃO

Para aumentar o poder de alcance da informação gerida pelo Instituto Filantropia, dispomos de diversos canais – virtuais, impressos e presenciais – que ficarão disponíveis aos nossos afiliados.

REVISTA FILANTROPIA

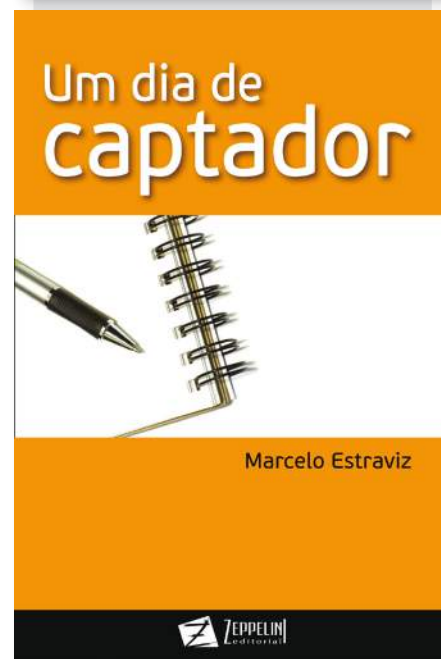
A Revista Filantropia continua prestando os mesmos serviços, com a mesma periodicidade. Ou seja, segue sendo uma publicação impressa bimestral, com matérias e artigos sobre gestão e responsabilidade social. Traz também entrevistas com pessoas da área e personalidades que atuam em prol de alguma causa, além de curiosidades do setor. Haverá também versões on-line disponíveis no portal aos afiliados do Instituto, bem como versões para *tablets* e celulares Apple e Android.





LIVROS

Publicação de obras com temas aprofundados sobre gestão escritas por colaboradores do Instituto. Atualmente, temos dois títulos: “Comunicação – visibilidade e captação de recursos para projetos sociais”, de Marcio Zeppelini; e “Um dia de captador”, de Marcelo Estraviz.





DI@LOGANDO

Em parceria com a empresa de treinamentos Diálogo Social, o IF ampliará o espaço para debates voltados à gestão do Terceiro Setor, com palestras gratuitas. Alguns dos temas abordados serão: comunicação, marketing, captação de recursos, contabilidade, recursos humanos, entre outros, sempre voltados à gestão das ONGs.



CORREALIZAÇÃO DE EVENTOS

Aproveitando a *expertise* em geração de conteúdo, o Instituto Filantropia participa de eventos como correalizador, apoiando a parte de congressos e seminários. Atualmente, já apoiamos a feira ONG Brasil – a ser realizada nos dias 6, 7 e 8 de dezembro – e o Festival Latino-Americano de Captação de Recursos, da ABCR, a ser realizado em abril de 2013.



PORTAL IF

O portal do Instituto Filantropia será o ponto de encontro de todos os canais de comunicação disponíveis. Funciona como um portal de notícias, atualizado diariamente com as novidades do setor. De lá, será possível acessar os outros canais de comunicação do instituto, e também ter acesso a artigos especializados, vagas de empregos e informações sobre editais para projetos.

Link: www.institutofilantropia.org.br



RÁDIO TOM SOCIAL

A rádio on-line, que já existe, será fortalecida pela presença do Instituto, e passa a ser um canal de transmissão de notícias e dicas da área social, temperadas com música mundial de qualidade.



GERAÇÃO DE CONTEÚDO

Textos e notas relacionados à área social serão também produtos do instituto. Podemos compartilhar nosso conteúdo com outros sites, assim como gerar conteúdo para outros parceiros. Dentre estes produtos está a confecção de balanços sociais para instituições e redação de conteúdo jornalístico para jornais e revistas de entidades sem fins lucrativos.





FOTO: DIETMAR QUISTORF



Max Nikias,
presidente da
USC, e Arnold
Schwarzenegger.

SCHWARZENEGGER FUNDA INSTITUTO PARA INCENTIVAR AÇÕES SOCIOAMBIENTAIS

Qual é a responsabilidade dos líderes do governo em relação às políticas públicas? Nos Estados Unidos, o ator Arnold Schwarzenegger quer ajudar a construir essa resposta. Em parceria com a Universidade da Califórnia do Sul (USC), o ex-governador fundará o *Institute for State and Global Policy*, um centro de estudos focado em sustentabilidade. O objetivo é orientar ações em cinco áreas diferentes: educação; energia e meio ambiente; política fiscal e econômica; saúde e bem-estar; e reforma política. O instituto tem como base premissas como a de que a ciência tem papel fundamental na resolução de questões sociais. Considera

também a relevância das ações locais para ajudar no desenvolvimento sustentável mundial e a importância da participação dos jovens na construção do futuro. O projeto, que reúne líderes internacionais em negócios, serviços públicos e educação, quer aproximar a sociedade civil dos órgãos para que conversem e criem em conjunto soluções práticas para problemas socioambientais. O primeiro evento da instituição foi um simpósio no dia 24 de setembro, realizado no campus da USC. O evento teve como tema a importância do pós-partidarismo na política moderna.

www.usc.edu



FOTO: WALTER CAMPANATO/ABR

Conservação da mata atlântica é tema de projeto do Ipê

37% DA POPULAÇÃO MUNDIAL FEZ TRABALHO VOLUNTÁRIO NO ÚLTIMO ANO

Pesquisa do Ibope Inteligência, em parceria com a *Worldwide Independent Network of Market Research (WIN)*, realizada em 59 países com 53.433 entrevistados, mostra que quase quatro em cada dez pessoas no mundo (37%) fizeram trabalho voluntário no último ano. No Brasil, onde o Ibope Inteligência ouviu 2.002 pessoas, 18% da população dedicou seu tempo trabalhando para alguma entidade ou organização não-governamental sem receber qualquer tipo de salário ou remuneração. Entre os brasileiros que realizaram trabalho voluntário, encontram-se principalmente mulheres (20% das mulheres e 15% dos homens), na faixa etária de 40 a 49 anos (23%), com ensino superior completo (33%). As regiões Norte/Centro-Oeste concentram uma parcela importante de brasileiros que trabalharam voluntariamente no ano passado (21%), seguida do Sudeste (19%). China (55%), Canadá (50%), Áustria e Holanda (49% cada) são os países com o maior percentual de pessoas que fizeram algum trabalho voluntário nos últimos 12 meses. Também é significativo o esforço empreendido em alguns países da África, principalmente Nigéria e Sudão (47% cada) e Quênia (44%). Por outro lado, a Espanha é o país com o menor número de pessoas (7%) que dedicaram tempo para trabalhar em ações sociais sem remuneração; na sequência estão Vietnã (9%), Geórgia (10%) e Bósnia e Herzegovina (11%).

IPÊ É PREMIADO NO GREEN PROJECT AWARDS BRASIL

Com o projeto Corredores da Mata Atlântica, trabalho desenvolvido no Pontal do Paranapanema desde 2002 e que foi responsável pela criação do maior corredor florestal restaurado no Brasil, com 700 hectares, o Ipê levou o primeiro lugar na categoria “Pesquisa e Desenvolvimento” do prêmio Green Project Awards Brasil. Cerca de 200 trabalhos foram inscritos em quatro categorias: Iniciativa Jovem, Pesquisa e Desenvolvimento, Produto ou Serviço e Campanha de Mobilização. Os projetos foram analisados pela KPMG e pelas comissões julgadoras de cada categoria. Com o tema “Juntos pelo Brasil”, esta é a primeira vez que o prêmio foi realizado no país. O Green Project Awards foi criado em 2008, em Portugal, com o objetivo de reconhecer as melhores iniciativas em desenvolvimento sustentável.

www.gpabrazil.com.br



UNICEF MOSTRA HISTÓRIAS DE SUCESSO NA PREVENÇÃO DE DOENÇAS TRANSMISSÍVEIS

Para ampliar o trabalho de prevenção de DST/Aids, o governo federal e o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) implantaram o projeto-piloto “Meninos e Meninas em Situação de Rua”, que foca ações em conjunto com a sociedade civil na construção de metodologias locais em prol do acesso à saúde. As experiências que ocorreram entre outubro de 2010 e janeiro de 2011 nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Salvador estão relatadas na publicação *Tecendo redes – uma experiência de prevenção de DST/Aids entre meninos e meninas em situação de rua*. Direcionada a profissionais e entidades que atendem populações urbanas vulneráveis, a publicação detalha como órgãos públicos de saúde, juntamente com o apoio de organizações sociais, conseguiram fazer com que os jovens em situações vulneráveis tivessem acesso e, ao mesmo tempo, pudessem usufruir o atendimento público de saúde.

www.unicef.org



FOTO: SEI



CIENTISTA ALERTA PARA IMINÊNCIA DE DESASTRES CLIMÁTICOS

“O planeta é a fronteira, e a economia tem de se adequar a esses limites. Infelizmente, o que vigora hoje é a visão oposta. A Terra está próxima de um colapso ambiental inédito. Os governos não escutam e, na Rio+20, transferiram as decisões do que precisa ser feito para as convenções do clima e da biodiversidade”, afirmou o hidrólogo e cientista Johan Rockström, diretor-executivo do Instituto Ambiental de Estocolmo, da Suécia. Rockström fez a palestra de abertura, por videoconferência, do *workshop* “O futuro que não queremos – uma reflexão sobre a Rio+20”, organizado em 23 de agosto pelo professor e pesquisador Carlos Joly, na sede da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo. O encontro promoveu uma avaliação dos resultados da Rio+20. Para o cientista, uma das tarefas mais urgentes para evitar catástrofes futuras é diminuir drasticamente a emissão dos gases de efeito estufa. “Essa curva precisa começar a abaixar em 2015. Isso será possível combinando um preço global do carbono de pelo menos US\$ 50 a tonelada a uma medida decrescente de emissão para todos os países”. Ele alerta ainda que não podemos adiar por mais tempo essa decisão, se quisermos manter o aumento da temperatura no nível máximo considerado seguro pela ciência: 2 graus. “É claro que o planeta sobreviverá ao aquecimento global. Mas e seus habitantes?”, questionou.

FOTO: VALTER CAMPANATO/ABR



ESTUDO DO INAF APRESENTA NÍVEIS ALARMANTES DE ANALFABETISMO

Dados do Índice Nacional de Alfabetismo Funcional (Inaf) indicam que apenas 35% da população brasileira acima de 15 anos que chegou ao ensino médio é considerada plenamente alfabetizada. No que se refere ao ensino superior, a porcentagem de alfabetizados plenos equivale a 62%. A pesquisa registrou ainda que a população sem nenhuma escolaridade é composta por 54% de analfabetos, 41% de alfabetizados em nível rudimentar e 6% em nível básico. Outros dados apontados pela pesquisa revelam que entre 2001 e 2011 a porcentagem da população alfabetizada plenamente ficou estagnada em 26%, enquanto o número de analfabetos caiu de 12% para 6%. A população em nível rudimentar caiu de 27% para 21% e, no nível básico, subiu de 35% para 47%. A pesquisa foi feita por amostragem e envolveu 2 mil entrevistados entre dezembro de 2011 e abril de 2012.

www.ipm.org.br

AACD GANHA PROJETOS DE ARQUITETURA HUMANIZADA NO PRÊMIO TOP 100 KAZA 2012

Quatro escritórios de arquitetura foram sorteados, na entrega do Prêmio Top 100 Kaza, e criarão projetos de conforto e humanização para Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), em São Paulo. Os profissionais de Campinas (SP) – Adriano Stancati e Daniele Guardini; de Goiás – Meire Santos; do Maranhão – Allana Eugênio, Ana Karina Maia, Giovana Sousa e Martha Martins; e do Rio Grande do Sul – Alessandra Ribeiro visitarão as áreas da instituição escolhidas para as reformas e, a exemplo do que foi realizado com o Hospital de Câncer de Barretos, em 2011, ficarão encarregados por viabilizar parcerias para iniciar as obras.

www.tecto.com.br



FOTO: DIVULGAÇÃO

Vice-presidente da Federação Nacional do Engenheiros, Fátima Co, entrega troféu ao pesquisador, supervisor e responsável pela execução do projeto, Fausto Makishi.

PROCESSAMENTO DE RESÍDUOS DO COCO VERDE GANHA PRÊMIO BRASIL DE ENGENHARIA

A busca por soluções para os problemas relacionados ao meio ambiente, bem como a minimização dos transtornos causados pelos resíduos gerados no consumo da água de coco na Baixada Santista, litoral paulista, renderam ao projeto “Processamento dos resíduos de coco verde: redução do lixo urbano e agregação de valor ao produto e ao trabalho” o Prêmio Brasil de Engenharia, na categoria Engenharia Cidadã. O projeto foi desenvolvido pela Faculdade de Zootecnia e Engenharia de Alimentos da Universidade de São Paulo, em parceria com a Fundação Banco do Brasil, o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação e a prefeitura de São Vicente (SP). O investimento social repassado pela Fundação foi de mais de R\$ 500 mil. Os recursos foram utilizados na construção da usina de processamento de casca de coco verde, com capacidade para processar 10 mil cascas de coco por dia; na compra de todo equipamento; galpão de separação; e, ainda, viabilizou a capacitação de todos os cooperados para trabalharem em uma unidade fabril. Executado pela Cooperativa de Trabalho Cidade Alta – Cooperacional, o projeto atende 140 catadores de material reciclável, gerando renda e dando melhores condições de vida.

www.premiobrasil.org.br



O DESAFIO BRASILEIRO DE COLOCAR TODAS AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA ESCOLA

A pesquisa *Iniciativa Global pelas Crianças Fora da Escola*, divulgada pelo Unicef e pela Campanha Nacional pelo Direito à Educação, mostra que 3,7 milhões de crianças e adolescentes brasileiros ainda estão fora da escola. Até 2015, o Brasil precisará colocar esse contingente no ensino fundamental para cumprir o Objetivo de Desenvolvimento do Milênio 2 – Educação Básica de Qualidade para Todos. O estudo conclui que, no que tange ao acesso e à permanência das crianças na escola, reduzir as desigualdades ainda é o principal desafio. O Brasil possui quase 40 milhões de brasileiros entre 4 e 17 anos, 10% dos quais ainda estão fora da escola. O Unicef resalta também que ainda há 4,3 milhões de crianças e adolescentes entre 6 e 17 anos que trabalham em média 26 horas semanais, fato apontado como o principal motivo da desistência de completar os estudos. No que tange ao ensino médio, dos 11 milhões de estudantes matriculados no país todo, quase 3 milhões (24,2%) estão com idade superior à recomendada para frequentar esse nível de ensino. Ao final do estudo, o Unicef encaminha ainda uma série de sugestões de medidas para atuação do Estado, tais como: controle social do financiamento à educação; garantia de acesso a serviços públicos básicos para incentivar a permanência na escola; acesso à cultura, ao esporte e ao lazer; valorização do profissional da educação; e fim do trabalho infantil.

www.unicef.org

ESPM RECEBE PRÊMIO MARKETING BEST SUSTENTABILIDADE

Em agosto, a ESPM recebeu o Prêmio Marketing Best Sustentabilidade. O prêmio foi concedido à unidade da ESPM do Rio de Janeiro em reconhecimento ao *case* “Amigo que é amigo, compartilha!”. A campanha foi criada em 2011 pelos alunos do sétimo período de Comunicação Social com o objetivo de desenvolver a ação *Sponsor gets Sponsor*, coordenada pela organização sem fins lucrativos ActionAid. A solenidade aconteceu no *campus* de graduação da ESPM-SP. Na ocasião, a ministra Marina Silva foi homenageada: ela foi eleita pela Academia Brasileira de Marketing como “Cidadã Sustentabilidade 2012” por seu engajamento ambiental, político e social, que alcançou reconhecimento nacional e internacional na defesa da ética, da valorização dos recursos naturais e do desenvolvimento sustentável.

www.marketingbest.com.br



I N S T I T U T O
FILANTROPIA

FAÇA PARTE DA
MAIOR REDE DE
CONHECIMENTO
TÉCNICO E DE GESTÃO
DE ORGANIZAÇÕES
SOCIAIS!

AFILIE-SE:

www.institutofilantropia.org.br

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

QUEM É O CAPTADOR DE RECURSOS NO BRASIL?

Em 1998, um grupo de profissionais do setor social brasileiro constituiu uma delegação para ir ao Congresso Anual da *Association of Fundraising Professionals* (AFP), na época ainda chamada *National Society of Fundraising Executives* (NSFRE). A AFP é uma renomada organização americana que congrega mais de 30 mil profissionais de captação de recursos, e seu encontro anual conta com a participação de cerca de 7 mil pessoas.

O grupo de brasileiros ficou perplexo ao se deparar com o nível de profissionalismo e especialização que os americanos tinham desenvolvido na área. Ao longo de três dias, assistiram palestras, participaram de oficinas e mesas redondas sobre as mais variadas facetas do *fundraising*. Paralelamente ao Congresso ocorria uma feira de produtos e serviços para profissionais de captação de recursos – estandes de *software* de gestão de doadores, mala direta especializada em captação de recursos, brindes, livros etc. Naquele evento, esses captadores entenderam definitivamente que nos EUA existia uma indústria da captação de recursos ainda não desenvolvida no Brasil.

Um ano depois, esse grupo, juntamente com outros captadores, decidiu criar a Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR). O objetivo original da ABCR era – e é até hoje – promover, desenvolver e regulamentar a atividade de captação de recursos no Brasil. Treze anos depois, a ABCR vive hoje um momento de crescimento contínuo, iniciado na gestão que tomou posse seis anos atrás e que consolidou dois marcos importantes: 1) A constituição de núcleos regionais – hoje são seis ativos (Bahia, Distrito Federal, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e São Paulo); 2) A realização, a partir de 2009, de um congresso anual, o Festival Latino-Americano de Captação de Recursos (FLAC).

No caminho da ABCR fortalecendo (ou criando) o setor profissional de captação de recursos no Brasil, é possível identificar,





JOÃO PAULO VERGUEIRO é Presidente da ABCR

RODRIGO ALVAREZ é Consultor do IDIS responsável pelo tema Mobilização de Recursos.
 presidente@captacao.org | rodrigo.alvarez@idis.org.br

porém, a ausência de muitas características fundamentais no país: boa legislação que incentive as doações, transparência e capacidade das próprias ONGs na gestão da captação e na relação com os doadores, bons fornecedores de serviços para apoiar a captação de recursos, profissionais qualificados e, acima de tudo, informação. Temos no Brasil uma falta crônica de dados históricos organizados e sistematizados sobre as doações, o que torna o trabalho do captador de recursos mais difícil e menos assertivo.

Reconhecendo essa deficiência, o Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS) formalizou, em 2011, uma parceria com o Centro de Estudos de Administração Pública e Governo da Fundação Getulio Vargas (FGV-CEAPG) para gerar conhecimento para o setor de investimento social e mobilização de recursos no Brasil, por meio da oferta de programas de formação, estudos de casos e pesquisas.

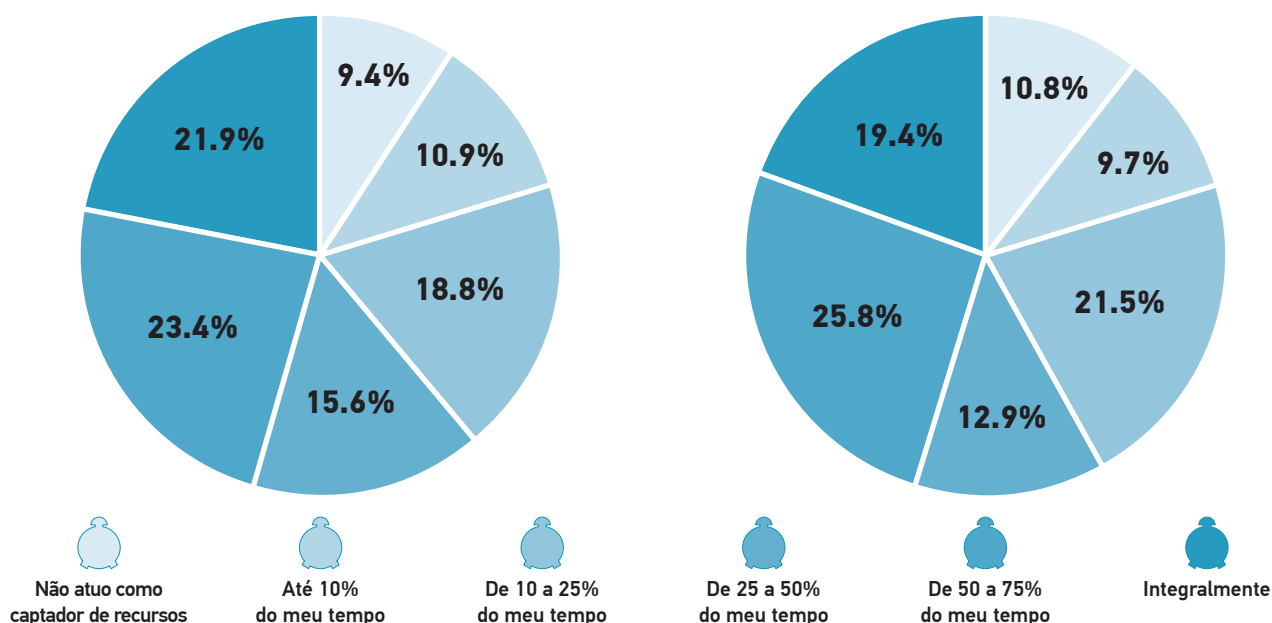
A essa parceria se uniu a própria ABCR e, juntas, as três organizações prepararam uma pesquisa para avaliar o perfil do profissional brasileiro de captação de recursos, suas necessidades e suas perspectivas sobre o futuro. Como não existia um cadastro oficial de captadores no Brasil, já que a profissão não é regulamentada e a própria ABCR começou a estruturar o seu banco apenas nos últimos anos, decidimos fazer a pesquisa com os participantes do FLAC em 2011, e repeti-la na sua última edição, em 2012. Partimos da premissa de que o evento congrega uma boa amostra dos profissionais de captação de recursos em atuação no país, reconhecendo que essa amostra não tem base estatística, mas é bastante representativa.

O resultado produziu o início de uma série histórica que nos permite tentar compreender a evolução desse mercado

profissional pouco estudado. Como a série considera somente dois anos (2011–2012), não é possível apontar tendências ainda. Os resultados observados, porém, são bastante interessantes. Vejamos:

- Foram respondidos 65 questionários em 2011 e 94 em 2012, o que representou cerca de 50% dos participantes das duas edições;
- Em 2011, quase dois terços dos participantes tinham entre 25 e 44 anos. Já em 2012, as duas faixas etárias juntas somaram quase o mesmo percentual de participantes, porém, houve um ligeiro deslocamento de inscritos para a primeira faixa (25 a 34 anos – 36,5%), quando comparado com a segunda (35 a 44 anos – 25%);
- O captador de recursos brasileiro é um profissional com grau superior, sendo que apenas 5% (2012) têm graduação incompleta, ou seja, 95% dos profissionais têm graduação, especialização, mestrado ou doutorado. Em 2012, cerca de 20% dos participantes tinham mestrado, doutorado e/ou pós-doutorado;
- Cerca de 30% dos participantes em 2011 e 23% em 2012 tinham formação superior em Administração. Comunicação foi a segunda formação mais indicada pelos participantes nos dois anos, com 13,4% em 2011 e 20,9% em 2012. Outras opções com maior incidência foram Psicologia, Direito, Engenharia e Serviço Social;
- Um total de 44,6% dos participantes do FLAC em 2011 e 39,4% dos de 2012 dedicam a maior parte do seu tempo de trabalho – ou a integralidade dela – para a tarefa de captação de recursos.

QUASE 50% ATUA PRINCIPALMENTE COMO CAPTADOR. ESSE PERCENTUAL AUMENTOU POUCO DE 2011 PARA 2012



- Quando perguntamos como esse profissional se define, percebemos que o mercado é uma verdadeira “Torre de Babel”, e não há prevalência significativa de uma ou outra classificação. Em geral, eles se definem como:
 - Captadores de recursos de uma ONG – às vezes, a ONG tem uma área específica de captação de recursos, outras vezes não;
 - Principais dirigentes da ONG, que também captam recursos;
 - Consultores independentes ou profissionais que intermediam doações – normalmente são profissionais comissionados (o que é considerado inadequado pelo Código de Ética da ABCR);
 - Voluntários.
- Quase 50% dos profissionais participantes do FLAC 2011 tinham contrato com a organização no regime CLT, número que subiu para 54,3%, em 2012. Em 2011, 23,1% dos participantes que responderam a pesquisa eram voluntários, opção que caiu para apenas 5,3% em 2012. Um quinto informou atuar como pessoa jurídica, prática comum no setor. Entre 2011 e 2012, diminuiu no FLAC a participação de voluntários, de 23% para 5%; participantes que emitiam nota fiscal de pessoa jurídica em 2011 eram 12,3% em 2011 e 20,2% em 2012, e os que recebiam via Recibo de Prestador Autônomo (RPA) eram 10,8% em 2011 e 9,6% em 2012.
- No que diz respeito à remuneração, a maioria dos participantes (53,8% em 2011 e 66% em 2012) respondeu receber um valor fixo, sendo que 10,4% em 2011 e 7,5% em 2012 informaram que, além do valor fixo pré-estabelecido, recebem um valor

variável. Apenas 6,2% dos participantes que responderam a pesquisa em 2011, e 14,9% em 2012, tinham como única forma de remuneração a comissão proporcional ao volume captado.

- Finalmente, em 2012 foi incluída uma nova pergunta sobre como os participantes do FLAC avaliam o mercado atual para captação de recursos no Brasil. Dois terços (66%) dos que responderam acreditam que o mercado está positivo, com boas oportunidades; 19,1% viam-no como altamente positivo, com muitas oportunidades; 10,6% consideraram o mercado estável, sem muitas mudanças nos últimos anos; e apenas 4,3% avaliaram de forma negativa o mercado, com oportunidades diminuindo.

Nota-se que falamos de um setor claramente em formação. Pelo pouco que vimos até aqui, e considerando que temos apenas dois anos de pesquisa, é possível identificar, dentre os participantes do FLAC que responderam à pesquisa, bons “sinais”.

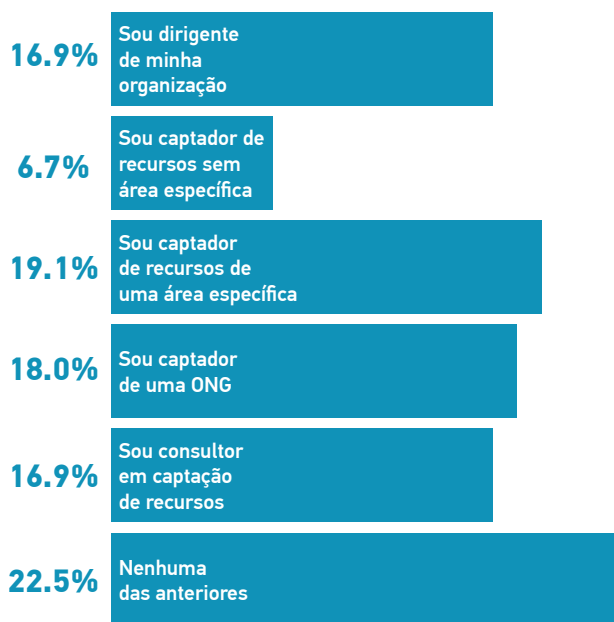
O fato de que dois terços deles recebem remuneração fixa pelo trabalho desenvolvido como captadores de recursos é um deles. Essa prática, defendida pela ABCR como necessária para a profissionalização do setor – e também para garantir transparência entre quem capta e quem doa – é comum no exterior, mas até pouco tempo encontrava resistência no país.

Outro sinal, também dentro desse mesmo tópico, é o baixo número de captadores voluntários presentes no FLAC, reforçando a ideia de que as organizações valorizam e reconhecem essa função como um trabalho que deve ser remunerado pelas suas características profissionais.

Quanto à formação dos profissionais, é um fato a ser destacado que a enorme maioria da amostra conta com nível superior completo. Mesmo não existindo uma graduação em captação de recursos, é fundamental que o indivíduo que atua na área conte com conhecimentos mínimos em áreas como administração, contabilidade, direito, comunicação, recursos humanos, gestão de projetos etc. E a realização de um curso de nível superior, mesmo que não necessariamente em uma dessas áreas listadas, concorre para aprimorar a formação individual e facilitar o seu aprendizado futuro em captação de recursos. Ademais, observamos também que uma boa parte tem inclusive alguma pós-graduação – especialização ou mestrado.

Feitas essas considerações, conclui, reforçando o argumento inicial exposto, pela necessidade de se aprofundarem os estudos referentes ao mercado de captação de recursos no país. Mesmo sendo apenas dois anos de pesquisa, o significado que ela tem para as organizações envolvidas em sua realização é muito alto, pois permite o início do desenho de algumas estratégias institucionais que vão permitir o fortalecimento desse novo mercado profissional. Assim, a pesquisa apresentada pode ser entendida como o primeiro passo de um processo de conhecimento urgente e necessário para o país, cujo resultado trará benefícios para os profissionais que atuam com captação de recursos, para as instituições que os contratam e, enfim, para toda a sociedade civil. 📌

CONTINUAMOS COM UM GRUPO BASTANTE DIVERSO





MOBILIZANDO PESSOAS

Instituto C&A promove ação voluntária de associados nas comunidades em que a empresa atua

Por Paula Craveiro

Fundado em 1991, o Instituto C&A tem a premissa de oferecer aos colaboradores da C&A a oportunidade de exercer o voluntariado durante o horário de trabalho. “O programa Voluntariado tem o objetivo de promover e qualificar a ação voluntária dos associados da C&A nas comunidades em que a empresa atua. A ação mobilizou 5,6 mil voluntários entre março de 2011 e fevereiro de 2012, com iniciativas em 105 instituições e um portfólio diversificado de atividades, contando com o investimento de R\$ 2.284.892,00”, afirmou Carla Satler, gerente de Mobilização Social do instituto.

O programa também visa fomentar a cultura da participação social e da vida comunitária entre os colaboradores. O voluntário, por sua vez, disponibiliza espontaneamente seu tempo

e suas competências em uma ação de corresponsabilidade pelo bem comum. “O propósito dos voluntários do Instituto C&A é contribuir para a educação de crianças e adolescentes”, ressalta Carla.

As atividades dos 231 grupos de voluntários são realizadas em parceria com organizações sociais que trabalham com a educação de crianças de até seis anos. Nas ações externas, destacam-se o Literatrupe – projeto central que une literatura e brincadeira numa prática educativa direcionada a crianças de até seis anos – e a Cartografia, metodologia segundo a qual os voluntários elaboram um mapeamento do entorno da instituição parceira para reconhecer o contexto em que o trabalho será desenvolvido, bem como para identificar possíveis parceiros locais na comunidade.

A seguir, a Carla conta mais sobre o projeto.



“No que se refere ao programa Voluntariado, o Instituto C&A pretende seguir ampliando o leque de oportunidades de atuação voluntária, assegurando ao máximo a integração entre as diversas frentes de trabalho”

CARLA SATTLER

Gerente de Mobilização Social do Instituto C&A

Revista Filantropia: Quais os objetivos do programa Voluntariado?

Carla Sattler: O programa Voluntariado visa a promover e qualificar a ação voluntária dos funcionários da C&A e contribuir para a educação de crianças e adolescentes – em especial de crianças de até seis anos – nas comunidades em que a empresa atua.

RF: Como os colaboradores da C&A podem participar?

Carla: Há um conjunto de ações disponíveis, que vão desde o levantamento de informações sobre as demandas sociais da comunidade até a implementação de ações educativas em instituições de educação infantil, que é o foco do trabalho dos voluntários. Mas eles também se envolvem com a organização de bazares beneficentes para levantar recursos para as instituições em que atuam e com ações que visam ao desenvolvimento institucional e à qualificação desses parceiros. Em calamidades causadas por desastres naturais, por exemplo, os voluntários participam de campanhas de apoio emergencial. No escritório central da C&A, sediado em Barueri (SP), os voluntários ligados à área executiva começaram há pouco tempo um projeto de mentoria on-line para jovens mulheres da região metropolitana de Recife (PE).

RF: Existe alguma ação realizada internamente para a mobilização de voluntários?

Carla: Os grupos de voluntários realizam reuniões mensais nas unidades para discutir temas do interesse direto da sua ação e para falar de leituras que realizam – são os chamados Cafés com Letras. Anualmente, realizamos em nossas unidades eventos de disseminação do trabalho do Instituto C&A – a Semana do Instituto C&A –, bem como um Encontro Nacional de Voluntários. Também comemoramos datas como o aniversário do Instituto C&A, o Dia Nacional do Voluntário, o Dia Internacional do Voluntariado. Mas a ação de mobilização mais importante que temos em caráter nacional é o Portal dos

Voluntários (<http://voluntarios.institutocea.org.br>), que é a rede social do voluntariado.

RF: Quantas instituições são atendidas e quais são suas áreas de atuação?

Carla: Atualmente, cerca de 100 instituições de educação infantil – creches comunitárias e municipais – contam com a participação de voluntários do Instituto C&A a cada ano. No ano passado, foram precisamente 105 instituições.

RF: Como é feita a seleção dessas instituições?

Carla: São os próprios voluntários que selecionam as instituições em que irão atuar. Para tanto, eles utilizam um instrumento que o programa desenvolveu chamado Cartografia. A Cartografia permite mapear o entorno da unidade C&A a que os voluntários estão ligados no que se refere às demandas sociais e também aos ativos da comunidade, que poderão contribuir para a organização social parceira.

RF: Como o Instituto C&A mensura o impacto das ações desenvolvidas pelos voluntários nas comunidades onde seus voluntários atuam?

Carla: Realizamos periodicamente pesquisas internas sobre o desenvolvimento do programa. Em 2011, quando o programa completou 20 anos, fizemos uma avaliação do programa e publicamos um livro sobre sua história, contendo também resultados da avaliação. Os principais dados levantados, porém, referem-se à dinâmica do programa, e não ao seu impacto na comunidade.

RF: Quais os objetivos do Instituto C&A para o projeto para os próximos anos?

Carla: No que se refere ao programa Voluntariado, o Instituto C&A pretende seguir ampliando o leque de oportunidades de atuação voluntária, assegurando ao máximo a integração entre as diversas frentes de trabalho. Desenvolver participação social e contribuir para a educação de crianças de até seis anos permanecerão como os focos do programa. 📖

📌 Links: www.institutocea.org.br | “Voluntariado. Um convite à participação social” (bit.ly/WW9bBC)

VOLUNTARIADO A DISTÂNCIA

Por *Silvia Naccache*

Graças à evolução tecnológica, já é possível dar uma forcinha ao próximo sem sair de casa. Trata-se do voluntariado a distância, também conhecido como voluntariado on-line ou voluntariado sem sair de casa, ou seja, realizado pela internet. Sua prática chegou para romper as dificuldades relacionadas à disponibilidade de tempo e à distância, e esta modalidade pode ser realizada de casa, do local de trabalho, da universidade e até de cybercafés.

O líder pacifista indiano Mahatma Gandhi disse: “Quem não vive para servir, não serve para viver”. Assim, cada indivíduo pode investir seu tempo, seus conhecimentos e sua experiência em atividades voluntárias, presenciais ou a distância, e a combinação de todos os esforços pode contribuir de forma decisiva para o desenvolvimento da comunidade.

Analisando o cenário atual, o Centro de Voluntariado de São Paulo (CVSP) considera que a internet tem se mostrado um importante ativo para a promoção e o apoio ao voluntariado em todo o mundo. Hoje, a principal e mais completa fonte de informação sobre voluntariado está na *web*, distribuída por centenas de sites de organizações e indivíduos que realizam algum tipo de ação voluntária. Desde o simples uso de recursos como SMSs e redes sociais para promover a mobilização até as plataformas de V2V (Volunteer to Volunteer), é vasto o campo de atividades a serem exploradas.

Para ajudar a difundir e estimular a prática, o programa de Voluntariado da Organização das Nações Unidas (ONU) criou um portal com vagas de voluntariado on-line para candidatos de todo o mundo: www.onlinevolunteering.org. Esse portal realiza anualmente uma premiação a iniciativas exemplares, o *Prêmio Voluntariado*

Online, que reconheceu, em 2009, o trabalho de duas brasileiras, Paula Ellinger e Meiry Matsuda, para reduzir os efeitos das mudanças climáticas em diferentes partes do mundo.

Prática bastante difundida em outros países, o voluntariado on-line vem sendo sistematizado no Brasil no site *Voluntários Online* (www.voluntariosonline.org.br), criado em 2008 pelo Instituto Voluntários em Ação. O portal propõe diversas formas de participação e busca incentivar a adesão de novos interessados, construindo uma cadeia de solidariedade e compromisso com a sociedade. O objetivo da iniciativa é ser o elo entre as pessoas que desejam colocar suas habilidades e seu tempo à disposição e as organizações que necessitam de voluntários para prestar serviços de melhor qualidade.

Enquanto o voluntário presencial auxilia diretamente a organização, desenvolvendo atividades como apoio administrativo, atendimento, organização de cursos, entre outros, os voluntários a distância atuam em frentes de trabalho como desenvolvimento e gerenciamento de projetos, *web design*, captação de recursos, desenvolvimento de tecnologias de informação, pesquisa, tradução, comunicação (assessoria de imprensa e marketing), assessoria jurídica e contábil.

O voluntariado on-line é uma atividade que requer qualidades, como disciplina com os horários, pontualidade na entrega do trabalho e, acima de tudo, habilidade de se comunicar. 📧

COMO PARTICIPAR

Para todos os voluntários do CVSP é imprescindível a participação na palestra “Voluntariado e Transformação Social”, seja presencial ou virtualmente.

A seleção de voluntários presenciais e a distância é feita mediante um cadastro: o voluntário presencial faz uma visita agendada, preenche o cadastro e assina o termo de adesão; já o voluntário a distância preenche o cadastro eletrônico e o devolve com a adesão ao termo, de acordo com a Lei do Voluntariado, de fevereiro de 1998.

REDES SOCIAIS

O voluntariado on-line também é composto pela propagação da corrente do bem nas redes sociais. O CVSP está presente no Facebook, Twitter, Picasa, Youtube (links no site www.voluntariado.org.br).

📧 Informações: voluntariado@voluntariado.org.br e (11) 3284-7171

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 Relacionamentos com Públicos Estratégicos

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

Maxpress

DISPONIBILIDADE: PEÇA-CHAVE NO VOLUNTARIADO

Tomar a decisão de investir na promoção do voluntariado empresarial é iniciar um processo que precisará de recursos pelo período em que o programa existir

Por Thiago Baise

Fazer diagnóstico, mobilizar pessoas, realizar planejamentos, preparar e executar atividades, criar logotipo, camiseta e premiações são algumas das atividades que podem fazer parte de um programa empresarial de voluntariado. Com tais ações, o programa ganha vitalidade.

Um erro que pode colocar tudo a perder é achar que com um organograma bem feito ou com processos instituídos será possível sustentar um programa por muito tempo. A falta de um animador da rede de voluntários no dia a dia é um engano que pode custar o descrédito do assunto entre os colaboradores. Isso porque promover o voluntariado é lidar com o íntimo das pessoas, com seus sonhos. Ter uma referência na empresa para escutar as demandas e alinhar as expectativas traz um ganho muito grande, por ser um caminho constante de ajustes.

É fato que existe uma característica inerente ao voluntariado: muitos começam e param. Com este pressuposto em mente é que se pensa em um programa de voluntariado em

longo prazo. Neste quesito, a disponibilidade é a alma do “negócio”, inspirando e cativando as pessoas a participarem das ações, o que demanda da empresa energia e dedicação. Esses fatores reforçam a necessidade de se criar uma estrutura que abarque o programa, envolvendo centro de custos e um facilitador de grupos e processos.

Ainda sobre disponibilidade, ela envolve escutar as vontades dos voluntários, o que representa construir junto com as pessoas as iniciativas, e não levar tudo pronto. Voluntários realizam atividades por diferentes motivos:

- contribuir executando uma tarefa em específico (fazer planilha, organizar festa, contar história, fazer comida etc.)
- pela motivação de estar com outras pessoas (conversar, fazer integração, receber a comunidade, brincar com as crianças, ouvir os idosos etc.)
- atuar por uma causa que chame sua atenção (educação, ambiental, saúde, direito, esporte etc.).

Todos têm o impulso para ajudar, mas de formas diferentes. Estar atento às individualidades, às fases da vida dos colaboradores e às suas particularidades requer investir nos relacionamentos, fazendo valer os diálogos e proporcionando a diversidade de atividades e tarefas.

O equilíbrio entre planejar, executar e conversar é sempre um impulsionador para que projetos se transformem em atitudes que gerem transformação, tanto para quem faz quanto para quem recebe. 🚀

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

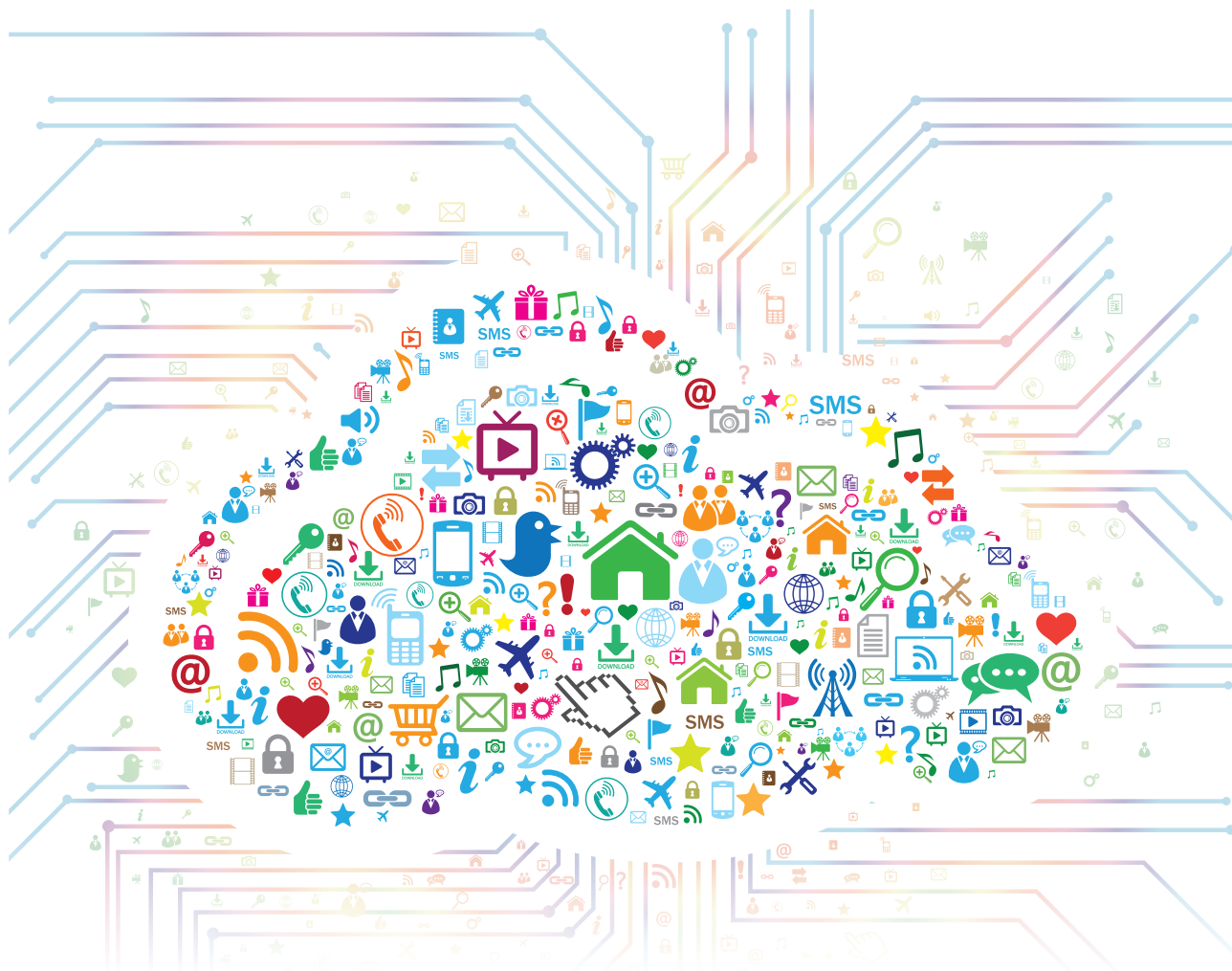
Líder Barômetro

Media Reputation

Barômetro Ambiental

www.marketanalysis.com.br

info@marketanalysis.com.br
+55 48 3234 8573



O TERCEIRO SETOR NAS NUVENS

Por Luana Michelucci

Comunicação e Marketing TechSoup Brasil

Como armazenar a enorme quantidade de informações on-line que recebemos diariamente? Desde 2004, a Web 2.0 vem trazendo novidades e diferentes possibilidades para a nova geração de internautas. Enviar um simples e-mail já não é suficiente. Estamos numa era em que precisamos “linkar” todos os tipos de ferramentas para que tenhamos acesso remoto a todas elas. Por meio da internet foi criada uma necessidade de compartilhamento de ideias, por meio do qual é possível que milhares de pessoas vejam e acessem seus conteúdos no momento que desejarem.

A Web 2.0 foi conceitualizada por Tim O’Reilly como “a mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nela. Entre outras, a regra

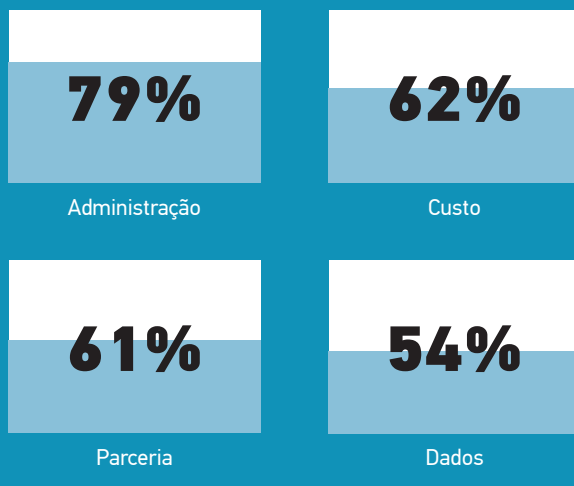
mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornar melhor quanto mais utilização pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva”.

Um conceito que está sobre nossas cabeças é a *Computação em Nuvem*. A proposta é um centro de compartilhamento, ou seja, o uso da internet como armazenamento de dados. A nuvem permite o acesso a *softwares* pela internet, em vez de disco rígido ou rede local de computadores. Quando se utiliza algum aplicativo baseado na nuvem, ele está disponível em qualquer lugar que se possa usar a rede – e não apenas em um determinado escritório. As grandes empresas que utilizam *softwares* e *hardwares* para aplicativos de negócios muitas vezes não entendem que, por trás de tais aplicativos, há uma enorme complexidade de sistema.

PRINCIPAIS BARREIRAS



PRINCIPAIS VANTAGENS



SERVIÇOS USADOS MAIS

FREQUENTEMENTE PELOS PARTICIPANTES:

- E-mail (55%)
- Web 2.0/rede social (47%)
- Armazenamento de arquivos/partilha (26%)
- Conferências (24%)
- Produtividade no escritório (23%)

APLICAÇÕES ESPECÍFICAS, FREQUENTEMENTE UTILIZADAS:

- Facebook (70%)
- Gmail (63%)
- Skype (50%)

Esses mecanismos necessitam de servidores, espaço físico, uso intensivo de energia, banda larga de alta velocidade etc., além do risco existente de perder toda a base de dados em um *upgrade*. Se muitas vezes as grandes empresas não conseguem os aplicativos de que necessitam, as organizações do Terceiro Setor ficam bem atrás com relação ao uso da Tecnologia da Informação (TI).

A vantagem da Computação em Nuvem é o seu poder de inclusão digital. As organizações que não possuem recursos financeiros para suportar um complexo sistema de TI podem optar por adotá-la, visto que ela apresenta um custo muito mais baixo, possui elasticidade para atender demanda variável e possibilita também o desenvolvimento de aplicativos mais dedicados para fins específicos, a custo baixo. Ao adquirir algum serviço da nuvem, a arquitetura compartilhada possibilita um início rápido de operação. Trata-se, portanto, de uma forma mais dinâmica, mais segura e de grande impacto para as organizações que não possuem recursos e desejam ter facilidade em sua gestão. É preciso que as entidades sem fins lucrativos tenham em mente que a nuvem é uma chance muito significativa para o paradigma da TI.

Em pesquisa realizada pela TechSoup Global, com organizações sem fins lucrativos do mundo inteiro, foi possível entender melhor o uso da computação em nuvem e os planos futuros para a sua adoção por parte das organizações. A pesquisa obteve respostas de 10.500 participantes de 88 países e evidencia os benefícios e barreiras apontados pelas diversas organizações participantes. Seguem alguns resultados: 90% das organizações que participaram já estão usando a Computação em Nuvem, 60% dizem que a falta de conhecimento é a principal barreira, 79% dizem que a maior vantagem é a fácil administração de *software* e *hardware*, 47% dizem que as mudanças relacionadas ao custo e a facilidade de configuração seriam as principais motivações para mudar sua infraestrutura de TI para a nuvem, 53% reportaram que planejam mover uma “porção significativa” de sua infraestrutura de TI para a nuvem nos próximos três anos.

Observou-se que o uso da Computação em Nuvem em geral é alto, mas tais estatísticas não endereçam quão fortemente as ONGs estão envolvidas com ela. O Terceiro Setor encara uma barreira de falta de conhecimento e de custo quanto ao tema do uso da TI.

As organizações citaram administração, facilidade de uso, custo e oportunidades de parceria como as principais vantagens da Computação em Nuvem.

Tal avanço tecnológico, combinado com o aumento da mobilidade da computação, significa uma oportunidade para aumentar a eficácia das organizações, compartilhando aplicativos e serviços em um nível mais profundo de compartilhamento de informação e de acesso aos dados no setor como um todo. É possível que as organizações fiquem nas nuvens e igualem suas operações aos *softwares* e *hardwares* de alta tecnologia. Portanto, elas devem cada vez mais entender e compreender esse novo avanço e usá-lo como parte de sua gestão. 📌



GESTÃO INTEGRATIVA PARA O TERCEIRO SETOR

Em minhas atividades como *coach*, acredito que por conta do meu envolvimento com o Terceiro Setor tenha recebido com frequência pessoas buscando ajuda para desenvolver seus projetos sociais. É fascinante ver como nossa sociedade tem se mobilizado perante os problemas observados com crianças, jovens, idosos, nos sistemas de educação e saúde... São muitas as demandas.

Quando me deparo com esse tipo de assunto, costumo recorrer à hierarquia de necessidades básicas, de Abraham Maslow. Quando a pessoa ainda está com os olhos brilhando e o corpo vibrando após descrever seu projeto e como este vai transformar o mundo, faço uma pergunta básica: “Como você vai tornar esse projeto sustentável?”. Na maioria das vezes a pessoa me olha surpresa, como se essa pergunta fosse de outro mundo. Não ter fins lucrativos não quer dizer não ser sustentável.

A questão foi relacionada ao primeiro andar da pirâmide, referente às necessidades físicas. Em seguida, passo para o próximo andar, o da segurança (no caso das organizações, os processos). Aqui, cabe questionar: “Que tipo de organização você pretende abrir?”, “Você está com toda documentação regularizada?”, “Já tem um contador? Ele está apto a trabalhar com o Terceiro Setor?”, “Seu projeto demanda um ponto físico? Você já o possui? Onde seria?”. Tenho acompanhado algumas organizações com uma série de problemas fiscais, tributários e trabalhistas simplesmente porque ignoraram este andar da pirâmide.

No terceiro andar o tema é amor e pertencimento. Quando chegamos aqui, costumo perguntar: “Seu projeto precisará de equipe?”, “Qual será a estratégia para atraí-los e retê-los?”. Afinal, os projetos bem-sucedidos contam com o apoio de inúmeros colaboradores, e boas ideias precisam de pessoas para serem executadas.

Autorrespeito e estima são assuntos do quarto andar, e nele cabe perguntar: “Como você deseja ser reconhecido lá fora?”, “Por qual motivo você quer que as pessoas procurem seu projeto?”, “O que motivaria uma empresa a apoiá-lo?”. É aqui que nos deparamos com a real crença que move esse projeto e seu verdadeiro sentido na vida dessa pessoa.

“Você se vê feliz realizando esse projeto?”, “Você aplicará todos os seus potenciais?”. Estas são perguntas referentes à autorrealização, tema do topo da pirâmide. E aqui falamos da felicidade na forma mais plena possível: aquela que atinge o corpo, o bolso, o coração, a mente e a alma.

Boa parte dos projetos sociais nasce num campo muito sutil que está além da pirâmide tradicional. Eles surgem no campo onde moram as metamotivações, o comportamento inspirado por valores e necessidades de crescimento. Todavia, o próprio “pai” do assunto, Maslow, lembra que o estado pleno de autorrealização somente é possível quando os demais patamares da pirâmide estão equilibrados ou supridos. Caso contrário, não é real.

Cabe uma reflexão sobre a importância da profissionalização do Terceiro Setor: um projeto ou organização sem fins lucrativos deve receber o mesmo carinho e atenção que qualquer outro projeto.

Para que a profissionalização ocorra, a organização deve garantir os talentos humanos necessários para o desenvolvimento saudável das finanças, dos processos e dos relacionamentos internos e externos de forma sustentável em todos os aspectos.

A seleção de voluntários ou profissionais, sejam eles internos ou externos, deve ser realizada de forma coerente em relação aos valores que permeiam a organização. Vale também ressaltar a responsabilidade da organização no desenvolvimento dessa equipe de forma a garantir que o público-alvo possa realmente ser atendido e beneficiado.

E você, já respondeu as perguntas acima? Agora é sua vez... 



Treinamentos em Gestão Social



2012

São Paulo - SP
04 de dezembro

Prestação de contas para projetos com incentivos fiscais

Michel Freller, Laura L. Zelasny

05 de dezembro

Técnicas artísticas para educadores e profissionais que lidam com crianças e adolescentes

Mara Paixão

11 de dezembro

Atendimento ao público com padrões de excelência

Marcos Gross

12 de dezembro

Estatuto social: como e quando é necessário reformular?

Danilo Tiisel, Ana Carolina Barros Pinheiro Carrenho

13 de dezembro

Acessibilidade digital

Lucy Gruenwald, Lucinda Leria

2013

Atibaia

14 a 18 de janeiro de 2013

Imersão em Captação de Recursos

Marcelo Estraviz, Marcio Zeppelini, Danilo Tiisel, João Paulo Vergueiro

São Paulo - SP
21 de fevereiro de 2013

Oscips: Legislação, planejamento e captação de recursos

Danilo Tiisel

28 de fevereiro de 2013

Departamento de Captação de Recursos: da teoria à prática

Marcelo Estraviz

14 de março de 2013

Recursos Humanos e legislação trabalhista no Terceiro Setor

Rogério Martir



Venha conhecer a estrutura da Diálogo Social!

Apoio:

REVISTA
filantropia
& gestão social

Inscrições e informações

www.dialogosocial.com.br

(11) 2978-6686

dialogo@dialogosocial.com.br

diálogo
social



Accesse o site pelo seu smartphone



A IGREJA QUE VIROU PUB

Na primeira viagem que fiz à Londres, instalei-me em um hotel do bairro Highgate – situado ao norte da cidade, pois meu objetivo era conhecer um pouco a cultura do londrino ao invés de desbravar tão somente os pontos turísticos. Como parte de meu ritual cristão, fui aos pés de Deus numa Igreja próxima, antes de começar o roteiro da curiosidade. Agradei pela oportunidade ímpar de me permitir conhecer o outro lado do hemisfério, com saúde e em família.

Dada a afinidade que travei naquela estada, pelos pontos que me agradaram, tais como: as casas de chás, os *pubs*, os restaurantes, os parques e até mesmo o Cemitério de St. James – o qual contempla o túmulo de Karl Marx –, resolvi pela segunda vez, de igual forma, hospedar-me no mesmo bairro. E para não contrariar o meu ritual cristão, dirigi-me com minha esposa à mesma Igreja para ali condecorar meus agradecimentos ao nosso Criador. Pasmee, a Igreja virou um *pub*.

Estarecido com o que vi, pois não me imaginei tomando um *pimm's*¹ naquele local que havia abrigado a Casa de Deus, continuei minha saga na busca de outra Igreja nas imediações, e para o meu maior espanto me deparei com um prédio de notável arquitetura gótica digno de uma Catedral, com uma enorme placa na porta: *Rent to Pub*².

Extasiado com o que eu vi, não me contive e logo que me deparei com um velho amigo londrino, fui perguntando a razão da Igreja virar *pub*, pois nem meu país – terra oficial do Carnaval, do Samba, de múltiplas religiões – seria tão liberal a ponto de transformar a Catedral da Sé numa casa sertaneja, ou a Igreja da Candelária num baile *funk*.

A resposta me calou fundo: “aqui o prédio não é Igreja, se o imposto fica caro, elas se mudam e levam consigo o povo de Deus, aí vira *pub*”.

Logo me encolhi e, num breve devaneio, cobre-me silenciosamente por ter esquecido a lição de Pedro (2:5), Timóteo (3:15) e Efésios (2:21-22), que definiram que: A Casa de Deus não é um edifício material, mas o santuário, e a habitação do Senhor. É um edifício espiritual.

Do ponto de vista espiritual, porém, com ascensão materialista, a enxerguei como um Santuário irremovível pelo homem – já que a doutrina que aprendi no Brasil, ora considerado por muitos como a “pátria do evangelho”, não se desprende da Igreja de tal forma, e é mais fácil o *pub* virar Igreja, do que o inverso. Porém, quando o assunto é imposto, estamos bem próximos dos ingleses, e acho que tem sacerdote que até já anda sonhando em trocar o coral pelo *blues*.

Digo isto, pois recebi há algum tempo, um representante de uma comunidade religiosa de origem italiana, radicada em Belo Horizonte, que ao invés de portar a Bíblia debaixo do braço, trazia consigo um auto de infração fiscal, e logo disparou: “*Dottore, far dil bene qui è peccato?*”

Conhecendo a saga arrecadadora do Estado a exemplo do sangue quente italiano, nem me arrisquei a perguntar por que, apenas pedi para ler o auto. Logo percebi que o auditor identificou na contabilidade da organização religiosa que ela bancou a viagem dos padres para Roma, e, por isso, ele logo fez uma dedução simplista que os religiosos rezavam aqui e veraneavam na Itália. Isto o motivou a retirar seu reconhecimento como ente imune a tributos.

O que de fato acontece no Brasil é que a religião e a prática do amor ao próximo não devem se misturar à luz da lei civil, ante o seguinte: 1) A Constituição Federal, no Título dos Direitos e Garantias Fundamentais, regulou que todos são iguais perante a lei e que: *VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias; (art. 5º);* 2) De outro, a própria Constituição Federal, impôs que: *“Art. 19. É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios: I - estabelecer cultos religiosos ou igrejas, subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público.”*

Note que ao mesmo tempo em que a Carta Maior outorga a liberdade da crença e da associação religiosa, ela, dada a multiplicidade de crenças, veda que o Estado banque o credo.

O QUE NÃO FALTAM SÃO RECURSOS!
NÃO DEIXE SUA ONG/PROJETO FORA DESSA!



Por que “BEM Profissional”?

O “BEM” do Brasil precisa se profissionalizar. Apenas com independência financeira uma ONG cumpre verdadeiramente sua missão com dignidade, sem medos, sem receios, e aprende a mensurar seus resultados, sua eficiência e necessidade de investimentos.

O que é o Programa BEM Profissional da DEARO?

É um Programa de Capacitação do Terceiro Setor com foco no sucesso da captação de recursos das ONGs do Brasil.

São 12 cursos presenciais em formato de oficinas, com exercícios práticos, acompanhados de uma consultoria on-line pós-curso com os especialistas da DEARO.

As vagas são limitadas e as inscrições feitas com antecedência ganham descontos.

Acesse www.dearo.com.br e reserve já a sua vaga!

Em 12 meses sua ONG Profissional!
Planejamento Estratégico Institucional
Administração Financeira para ONGs
Contabilidade e Aspectos Fiscais e Tributários
Leis de Incentivo – Governança
Elaboração de Projetos Técnicos - Elaboração de Projetos Comerciais para Captação de Recursos - Captação de Recursos e Marketing Social Selo Social e Campanhas com Empresas Privadas – Marketing e Redes Sociais – Captação de Recursos Públicos
Planejamento de Captação de Recursos

Cursos de Férias DEARO com descontos especiais!

Como fazer um SELO SOCIAL para sua ONG captar recursos com empresas? Com Fernanda Dearo em São Paulo dia 27 de novembro.

Captação de Recursos e Marketing Social para Sustentabilidade de ONGs. Com Fernanda Dearo no Rio de Janeiro dias 6 e 7 de dezembro.

Elaboração de Projetos em formato Comercial para Captação com Empresas Privadas. Com Fernanda Dearo em São Paulo dias 14 de dezembro.

PARA EMPRESAS

Como Montar uma Área de Responsabilidade Social numa Pequena, Média ou Grande Empresa? Dias 13, 14 e 15 de dezembro em São Paulo na DEARO



FAÇA SUA INSCRIÇÃO - www.dearo.com.br

O Código Civil de 2003 classifica em seu Art. 44 como pessoa jurídica: as associações, as fundações, as sociedades, os partidos políticos, as empresas individuais e as organizações religiosas.

A dicotomia da classificação traduz que a organização religiosa não se confunde com uma associação, e tampouco com uma fundação. É esta a tônica para que se alforrie das presas do Estado, pois, como vimos, ele não pode por ordem constitucional embaraçar o seu funcionamento.

A estrutura legal impõe ao ente religioso o rigor de separar a religião da ação social, para que não se confundam no plano civil e tributário.

Muitos otimistas com o limiar do acordo da Santa Sé, homologado por meio do decreto nº 7.107/2010, festejaram a plena isonomia aos direitos da associação beneficente, em especial aquele de campo material, que desemboca no *status* tributário da imunidade e da isenção fiscal.

Contudo, se atentarmos a uma apurada leitura de tal acordo, logo veremos o lado oculto do pacto, pois consta que tais direitos somente poderão ser exercidos se observados os requisitos e obrigações exigidos pela legislação brasileira³.

Nesta linha, a imunidade das contribuições sociais está prevista na lei nº 12.101/09, cujo maior requisito ao passaporte do reconhecimento da referida imunidade é ser reconhecida como uma entidade beneficente de assistência, ou seja, ter o CEBAS, conferido pela administração pública. Já para a isenção, o ente deve cumprir o que a lei impuser, e nela via de regra, não comporta benefício à organização religiosa.

Para se adquirir o CEBAS, entre outros requisitos, o ente social tem de demonstrar que cumpre fielmente os artigos 9º e 14 do Código Tributário Nacional e que veda a distribuição do patrimônio/resultados a qualquer título.

Neste caso, ainda que a lei nº 8.212/91 e o referido acordo não classifiquem o rendimento pago ao religioso como remuneração passível de encargos, nada garante que o custo do mistér religioso possa a vir a ser questionado e até mesmo ser alvo de punição fiscal – sob o fundamento de que se trata de mera roupagem ao desvio de finalidade.

Diante deste cenário, em que uma corrente defende a igualdade de direitos por conta do Acordo da Santa Sé – e de outro lado se prega a separação de pessoas jurídicas – isto é, a religiosa da beneficente, fico com a segunda.

Defendo a separação para que sejam preservadas as premissas da vida consagrada, que acima de tudo é um direito do religioso, que renuncia a os bens efêmeros para seguir o sublime magistério – traduzindo, os bens materiais em ações sociais ao Povo ao Deus.

Por estas e outras, vem a pergunta: para que brigar? Separar é melhor, antes que seja tarde, e a Igreja vire *pub.*

1 Tradicional bebida de verão dos Ingleses, da qual até hoje não se sabe a composição.

2 Traduzindo: “Alugo para Pub”.

3 Art. 5º - As pessoas jurídicas eclesásticas, reconhecidas nos termos do Artigo 3º, que, além de fins religiosos, persigam fins de assistência e solidariedade social, desenvolverão a própria atividade e gozarão de todos os direitos, imunidades, isenções e benefícios atribuídos às entidades – com fins de natureza semelhante previstos no ordenamento jurídico brasileiro – desde que observados os requisitos e obrigações exigidos pela legislação brasileira.



AS ORGANIZAÇÕES RELIGIOSAS E O CÓDIGO CIVIL BRASILEIRO

A organização religiosa é uma pessoa jurídica de direito privado constituída por pessoas físicas ou jurídicas que professam uma religião segundo seus ditames religiosos e sob a perspectiva de uma fé, na vivência do culto divino, de um carisma, de uma ideologia, de uma filosofia de vida que lhes forneça o fundamento para suas iniciativas religiosas, educacionais, assistenciais e outras. Elas são resultado da confissão e vivência da fé de seus membros ou integrantes. Na perspectiva religiosa, a fé deve ser vista como um dom, uma dádiva da bondade de Deus concedida ao homem. Segundo o dicionário Novo Aurélio da Língua Portuguesa, por fé entende-se: 1) Crença religiosa; 2) Conjunto de dogmas e doutrinas que constituem um culto; 3) Rel. A primeira virtude teologal: adesão e anuência pessoal a Deus, seus desígnios e manifestações; 4) Firmeza na execução de uma promessa ou de um compromisso; 5) Crença, confiança; 6) Asseveração de algum fato.

As organizações religiosas são constituídas sob o manto confessional. São portadoras de um direito próprio que regula e disciplina sua vida, organização e atividades. Como exemplos deste tipo de organização podem ser citados: Igrejas, Dioceses, Prelazias, Mitras, Ordens, Congregações, Institutos de Vida Consagrada, Institutos de Vida Apostólica e outras. A Igreja Católica, por meio de suas Dioceses, Arquidioceses, Prelazias e Mitras, possui o reconhecimento de sua personalidade jurídica pelo decreto nº 119-A, de 7 de dezembro de 1890, e pelo acordo firmado entre a República Federativa do Brasil e a Santa Sé, em 13 de novembro de 2008, em Roma. Este acordo foi aprovado pelo Congresso Nacional e regulamentado pelo decreto federal nº 7.107, de 11 de fevereiro de 2010, em conformidade com as normas de Direito Constitucional, Direito Canônico, Direito Civil, Direito Tributário e as demais normas do Direito. A Igreja Católica é dotada de personalidade jurídica internacional, representada como Estado pela Santa Sé e tipificada no âmbito do Direito brasileiro como uma organização religiosa.

E como organização religiosa, a Igreja Católica é uma entidade confessional. Para compreender o que é uma Instituição Confessional, recorre-se ao conceito contido no inciso III do artigo 20, lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional): “as que são constituídas

por grupos de pessoas físicas ou por uma ou mais pessoas jurídicas que atendem a orientação confessional e ideologia específicas”.

É também equivocada a interpretação de que somente as igrejas se classificam como organização religiosa. O inciso IV do art. 44 do Código Civil não cita as igrejas, mas sim a organização religiosa. A interpretação de que se refere às Igrejas é totalmente restritiva, desprezando as demais entidades religiosas. Enfim, o que caracteriza ser uma organização religiosa é o exercício da profissão de uma fé, da vivência de fé por meio de suas ações religiosas, pastorais e assistenciais, educacionais, culturais e outras, coordenadas e desenvolvidas por seus Ministros, fiéis, seguidores e admiradores.

E mais: o § 1º do artigo 44 do Código Civil Brasileiro assim dispõe: “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”.

Por este parágrafo, fica vedado o cerceamento à constituição de organização religiosa, sua estruturação interna e seu funcionamento. Portanto, fica vedado ao Poder Público negar reconhecimento ou registro de atos constitutivos a qualquer que seja a organização religiosa e suas finalidades constitutivas, desde que não sejam proibidas por lei. Assim, as igrejas podem ser organizadas segundo os seus direitos e preceitos próprios.

No caso da Igreja Católica Apostólica Romana o Direito Canônico é reconhecido como o Direito Próprio que disciplina sua organização, estruturação, funcionamento e disciplina. No caso dos Institutos de Vida Consagrada, tais como Ordens, Congregações e Instituto de Vida Apostólica, respeita-se seu direito próprio, sendo dada a possibilidade de registrar suas regras, constituições e outros documentos religiosos em Cartório, tendo estes o seu reconhecimento na esfera civil.

Nas associações, pessoas se unem sem necessidade de um vínculo religioso e/ou confessional. Nas organizações religiosas, é declarada a condição de entidade religiosa constituída segundo uma religião ou crença ou filosofia de vida, fundamentada numa vivência de fé e num carisma. Os tipos de pessoas jurídicas de direito privado previstos no artigo 44, incisos I a IV, não se confundem entre si e serão distinguidos quanto ao seu tipo, natureza, caráter e finalidades. E nessas entidades, o conteúdo do Direito Próprio pode ser assumido estatutariamente. 📌



A ARTE DE MOBILIZAR RECURSOS

Conheça os cases vencedores da quarta edição do Prêmio Mobiliza

Iniciativas inovadoras e ideias criativas que se tornam realidade com o uso de poucos recursos podem ser modelos de captação de recursos para instituições de todo país. Com o intuito de premiar iniciativas que se diferenciam por esses fatores é o objetivo do Prêmio Mobiliza, que chegou à sua quarta edição em 2012. Promovido pela Revista Filantropia, pela Resource Alliance/IDIS e pela Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR), o objetivo da premiação é

estimular o profissionalismo, a excelência e a troca de experiências voltadas à captação de recursos no país.

O prêmio foi dividido em duas categorias: *Inovação em Captação de Recursos* e *Grande Ideia, Baixo Orçamento*, sendo que os primeiros colocados foram, respectivamente, a Associação Sergipana de Distribuidores Independentes (Asedi) e o Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer (Graacc). A seguir, conheça os cases dos três primeiros colocados de cada categoria. ➤

1º
COLOCADO



Associação Sergipana de Distribuidores Independentes (Asedi)

A Asedi, que atua em Sergipe, tem como missão promover o protagonismo juvenil com foco no empreendedorismo sob os pilares da economia solidária. Atualmente, tem 3.400 jovens beneficiados espalhados em 25 municípios do estado. O objetivo de seu trabalho é gerar renda para o jovem, independentemente de sua situação social, política, econômica ou geográfica.

O projeto que rendeu a primeira colocação no Prêmio Mobiliza à Asedi foi o Movimento pela Sergipanidade – Projeto Ringback Tone (toque de chamada para celular). Assim, com o apoio dos músicos regionais Chico Queiroga e Antônio Rogério, a canção “Um canto do Brasil”, que faz uma homenagem à capital sergipana, pode ser comprada como um RBT em todas as operadoras de celular, exceto a OI. O interessado só precisa enviar um SMS para o número 5656 com a palavra SERGIPE, e

já tem acesso à música. Toda a renda será utilizada para financiar projetos sociais focados no protagonismo juvenil. O objetivo do projeto é construir a ideia de sergipanidade coletivamente, com a participação dos moradores do Estado na valorização de sua música, além de colaborar financeiramente com os projetos sociais focados no protagonismo juvenil.

A ação é considerada inovadora porque a comercialização de tons de celular com o objetivo de financiar projetos sociais é uma ação pioneira na telefonia do país. O projeto teve quase nenhum investimento da Asedi, uma vez que a operacionalização do RBT, assim como a validação do fonograma, foram feitas pelos parceiros – operadoras de telefonia celular e a Sony Music. O custo mensal de adesão à campanha, que tem caráter permanente, varia de R\$ 1,99 a R\$ 3,99, dependendo da operadora.

2º
COLOCADO



Museu de Arte Moderna de São Paulo

Em segundo lugar ficou o MAM de São Paulo, que tem como missão colecionar, estudar e difundir arte moderna e contemporânea brasileira, tornando-a acessível para o maior número de pessoas possível. O museu é uma sociedade civil de interesse público, sem fins lucrativos, e o case em questão é uma festa que será promovida na sala expositiva do museu para arrecadar recursos para a realização do 33º Panorama da Arte Brasileira, exposição bienal sobre arte contemporânea no país. Sete artistas criaram obras-convite que foram doadas ao museu, sendo cada uma no valor de R\$ 1.000,00. Com 100 peças por criação, o convite em forma de obra de arte é retirado na galeria que representa o artista escolhido. Os custos de produção de cada obra são financiados pelas galerias, e o montante líquido arrecadado por meio da venda dos convites será revertido para a produção da exposição em 2013.

A ação é um canal de fortalecimento institucional da exposição e do MAM, além de ser uma ferramenta de captação de recursos e prospecção de sócios pessoa física para o museu. A ideia é que a ação ajude a construir uma sociedade mais ativa e propositiva no âmbito da cultura nacional. Além disso, o projeto é importante para o planejamento estratégico do MAM, que vem buscando formas de diversificar suas fontes de renda. As doações vindas deste projeto sustentam um modelo de financiamento de longo prazo, pois os recursos doados não estão atrelados a um projeto de lei. Grande parte dos convites foi vendida para os sócios do Núcleo Contemporâneo, que apoiam na divulgação da festa, assim como outras áreas do museu.

Em termos de captação de recursos, foram captados R\$ 160 mil via patronos e patronesses para custear a festa, além do valor arrecadado via venda de convites. Outros resultados percebidos foram: o grande envolvimento dos patronos com o museu, assim como a percepção de que o projeto fomentou o voluntariado.

Os desafios encontrados foram: fazer uma festa que não atrapalhasse a logística das demais exposições, assim como mostrar que o valor cobrado pelo convite não era abusivo. Tivemos que explicar aos funcionários do museu e aos sócios do núcleo que o convite é uma obra de arte, e enfatizar que o valor seria revertido para a exposição.

3º
COLOCADO



Médicos Sem Fronteiras – Brasil

A terceira colocada foi a instituição Médicos Sem Fronteiras (MSF) Brasil, organização independente e comprometida em levar ajuda às pessoas que mais precisam. A MSF é uma organização humanitária internacional que leva ajuda médica de emergência a vítimas de conflitos armados, epidemias, desastres naturais e exclusão do acesso à saúde. Foi criada em 1971 por médicos e jornalistas e, atualmente, atua em mais de 65 países e conta com mais de 28 mil profissionais.

A campanha que rendeu o terceiro lugar à organização foi o uso da ferramenta Chaxcha Click2Call, que permite que organizações ganhem visibilidade, além de gerar recursos financeiros de forma rápida e eficaz. É uma ferramenta digital que parte da criação e posicionamento de links patrocinados e publicidade digital, com o objetivo de gerar um grande número de clicks direcionados para uma *landing page*, ou seja, uma página desenvolvida especialmente para a conversão de contatos em doadores. Nesta página, há um formulário para telemarketing, banners para doação direta e um link para a página da organização. A estratégia é inovadora porque combina o antigo com o novo; estratégias tradicionais de telemarketing com os novos meios. Essa nova abordagem aos doadores é dirigida para organizações que buscam aumentar sua visibilidade, promover uma campanha, mobilizar recursos financeiros etc.

A ferramenta Click2Call ajuda a organização a aumentar sua base de doadores, o que contribui para a sustentabilidade financeira. Alguns pontos interessantes: esta ação traz exclusivamente doadores regulares, que hoje são o foco da estratégia da organização em termos de captação no Brasil; tem ótima taxa de retenção, ou seja, baixa taxa de cancelamentos; tem retorno sobre investimento (ROI) positivo, pois o custo para utilizar a ferramenta é baseado no *success FEE* (só se paga por resultados concretos); a técnica está alinhada com outros dois objetivos da estratégia de aquisição – rejuvenescer a base de doadores, pelo fato de ser uma ferramenta on-line, e diversificar os canais de aquisição de doadores a fim de diminuir os riscos.

De julho de 2011, quando começou a utilizar o Click2Call, até julho de 2012, a MSF conquistou mais de mil novos doadores regulares. Entre os desafios percebidos pela instituição, estão: mensurar resultados; encontrar canais de mídia que funcionem para aumentar o número de clicks; lidar com um fornecedor sediado em outro país (Argentina); preparar a equipe de telemarketing para converter os visitantes em doadores por meio de ligações ativas.

1º
COLOCADO



Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer (Graacc)

Na categoria Grande Ideia, Baixo Orçamento, o Graacc ficou em primeiro lugar. A instituição existe desde 1991 e tem como objetivo garantir a crianças e adolescentes com câncer o direito de alcançar todas as chances de cura com qualidade de vida.

No dia 8 de abril – Dia Mundial de Combate ao Câncer –, empresas doaram o endereço de seus sites (URL) para o Graacc. A doação consistia em redirecionar automaticamente os visitantes do site da empresa parceira para www.Graacc.org.br. Na home da instituição, o internauta recebia informações sobre a ação e era convidado a contribuir com o trabalho. O redirecionamento para o site do Graacc foi feito apenas na primeira vez em que o internauta tentava acessar o site da empresa parceira. A ação teve como objetivo conscientizar as pessoas sobre a importância do trabalho da instituição, incentivando-as a fazer doações. A expectativa era aumentar o tráfego para o site do Graacc, gerar mídia espontânea e conquistar novos doadores.

Além de ter baixo custo (a campanha não tinha orçamento – os custos foram de recursos humanos dos publicitários da agência responsável pela campanha, e todos doaram suas horas de trabalho ao Graacc), a campanha foi também pioneira em relação ao tipo de solicitação de doação. A execução era simples: bastava a empresa parceira aplicar uma linha de código em seu site. O impacto foi relevante: em um dia, o site do Graacc teve 180 mil acessos (a média mensal é de 10 mil acessos). A ação recebeu vários prêmios de marketing direto, e recebeu a categoria prata de Cannes Lion, em 2010. Mais de R\$ 60 mil foram arrecadados com a campanha, representando 40% do valor arrecadado no ano anterior via site.

O desafio enxergado pela instituição foi o de simplificar ao máximo a participação. Se não fosse simples, não haveria a adesão das empresas. Outro ponto importante foi garantir que a empresa doaria somente o primeiro acesso ao seu site. A lição foi que as pessoas estão dispostas a doar para projetos sérios, mas precisam que esta doação seja feita de forma simples e rápida.

2º
COLOCADO



Associação Prato Cheio

Em segundo lugar ficou a Associação Prato Cheio, que tem como objetivo promover a segurança alimentar por meio do combate ao desperdício de alimentos e da educação nutricional. Fundada em 2001, a organização possui duas grandes frentes para intervenção: a colheita urbana, que consiste em recolher alimentos (*in natura*) que seriam descartados indevidamente para complementar refeições de 7 mil pessoas de 48 organizações parceiras; e educação nutricional.

A ação que levou o segundo lugar no Prêmio Mobiliza foi a inscrição de projetos em plataformas de financiamento colaborativo, ou seja, o *crowdfunding*. A primeira ação realizou-se durante 15 dias, em junho de 2012, e foi comunicada somente em uma rede interna, arrecadando cerca de R\$ 1,3 mil. A segunda plataforma superou as expectativas e arrecadou 123.2% - ultrapassando a marca dos R\$ 6.000, quando a meta era R\$ 5 mil. Depois disso, a campanha se consolidou como “5.000 contra a fome”, e tornou-se um caso de sucesso da plataforma *crowdfunding*. Todos os recursos foram revertidos para financiar operações logísticas do Programa de Colheita Urbana, que sempre foi a maior linha de despesa da Associação.

Pessoas se sentem atraídas pela oportunidade de doar através de um meio inovador e moderno, e um dos benefícios é que a arrecadação é muito transparente nessas plataformas. A qualquer momento é possível acessar o site e monitorar o processo, ou seja, o doador pode ver a quantia captada e ter conhecimento do número de colaboradores.

Para iniciar a campanha foi aplicado o ciclo PDCA (*plan, do, act, check*), ou, em português, Planejamento, Implementação, Avaliação e Execução. Após a fase de planejamento da campanha, foi escolhido um coordenador para monitorar diariamente as ações e resultados de captação. Ao encerrar o período de captação, as ações focaram nos agradecimentos e envio de contrapartidas, de acordo com as cotas escolhidas pelos doadores.

Além do resultado financeiro, a organização teve a chance de aumentar a rede de relacionamentos. A principal percepção após essa experiência foi da importância de se investir em uma área ou profissional de comunicação para captar recursos por meio das redes sociais e plataformas de *crowdfunding*.

3º
COLOCADO



Instituto Esperançar

Em terceiro lugar está o Instituto Esperançar, organização que atua desde 2011 no complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, e tem como objetivo capacitar jovens para o mercado de trabalho.

O movimento de captação de recursos da instituição começou com um projeto chamado Jovens da Saúde. Este foi o primeiro projeto do Instituto, e não havia até então nenhum recurso financeiro. Então, os associados fundadores foram convocados a contribuírem com R\$ 100 mensais por um período de cinco meses. Depois, foram prospectados parceiros estratégicos para a realização do projeto – o primeiro foi o Instituto Nacional do Câncer, que ofereceu a estrutura física para a execução do curso, além de 20 profissionais voluntários para dar capacitação aos alunos. Em seguida, foram preenchidos editais. Com o término desta primeira fase, foi concretizada uma parceria com o Senai, que ofereceu bolsas de formação técnica aos alunos do projeto.

O diferencial do projeto é que não há dependência exclusiva de recursos financeiros para sua viabilização. A captação de parceiros estratégicos, que oferecem bolsas de formação profissional, estrutura física e voluntariado especializado, permite que o projeto exista sem que a instituição perca o aporte financeiro dos atuais patrocinadores.

O desafio maior foi a limitação orçamentária, superado pelo grande desejo de iniciar o projeto e focando na captação de recursos. A equipe se dedicou à construção de um bom planejamento estratégico e se empenhou na etapa de prospecção. O plano de captação foi estruturado pelas seguintes linhas: pessoa física; empresas privadas; empresas públicas; instituições religiosas; fundos governamentais; organizações não governamentais e fundos internacionais. Os resultados foram a captação de voluntários, captação de infraestrutura e bolsas de estudos, além de recurso financeiro direto por meio da Brazil Foundation (R\$ 25 mil) e a empresa Araújo Abreu (R\$ 35 mil).

O maior desafio encontrado pela organização foi a falta de estrutura administrativa que desse suporte ao trabalho de captação realizado. Após a efetivação das parcerias, havia uma série de dobramentos burocráticos, como documentos, contratos, contas bancárias. Diante desta experiência, o aprendizado foi sobre a importância e a necessidade de contar com uma estrutura administrativa que auxilie o trabalho de captação de recursos.



APOSENTADOS ISENTOS DE IR

A Câmara analisa o projeto de lei nº 3.638/12, do deputado Zoinho (PR-RJ), que concede isenção adicional no Imposto de Renda aos aposentados por invalidez de qualquer idade. O benefício será o mesmo já outorgado aos aposentados com mais de 65 anos de idade: isenção até o valor de R\$ 1.637,11 mensais, além da desobrigação total já prevista na tabela do IR. Segundo o parlamentar, atualmente a isenção total do Imposto de Renda se aplica também aos proventos de aposentadoria motivada por acidente em serviço e para os portadores de moléstia profissional grave e de doenças especificadas na legislação previdenciária. Nos demais casos de aposentadoria por invalidez, o contribuinte precisa completar 65 anos para ter uma isenção extra. O projeto tramita apensado ao PL 4.645/01, que aguarda inclusão na pauta do Plenário.

www.camara.gov.br



OSCIPS SEM TARIFAS BANCÁRIAS

Regulamentadas pela lei nº 9.790/99, as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscips) poderão ficar isentas do pagamento de tarifas bancárias, benefício que certamente ajudará um pouco mais o caixa dessas entidades, principalmente as que mantêm contas correntes e enviam boletos bancários a doadores. É o que prevê o projeto de lei nº 3.978/12, do deputado Francisco Floriano (PR-RJ), segundo o qual essas instituições deixarão de pagar quaisquer taxas cobradas pelas instituições financeiras. A proposta, que tramita de forma conclusiva, será analisada pelas comissões de Finanças e Tributação e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

www.camara.gov.br

PREGÃO ELETRÔNICO NA ÁREA DA SAÚDE

Modalidade de compras já usada há algum tempo por alguns governos, como o de São Paulo, o pregão eletrônico em licitações poderá ser a nova ferramenta obrigatória, em âmbito federal, para a aquisição de bens ou contratação de serviços comuns na área da saúde. Este é o objetivo do projeto de lei nº 3.781/12, do deputado Ângelo Agnolin (PDT-TO), o qual considera bens e serviços comuns na área de saúde necessários ao atendimento dos órgãos que integram o Sistema Único de Saúde (SUS), cujos padrões de desempenho e qualidade possam ser objetivamente definidos no edital. O autor argumenta que o pregão eletrônico dará mais segurança, pois os nomes dos concorrentes não são revelados até o encerramento da sessão pública. A matéria tramita em caráter conclusivo e será examinada pelas comissões de Seguridade Social e Família; de Finanças e Tributação; e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

www.camara.gov.br



MAIS ENCARGOS SOBRE HORAS EXTRAS

Além de toda a burocracia oficial e carga fiscal incidente nas empresas, elas ainda poderão ter de arcar com o ônus do pagamento do Imposto de Renda e da contribuição previdenciária sobre as horas extras pagas aos trabalhadores. A alteração está prevista no projeto de lei nº 3.889/12, do deputado federal Audifax (PSB-ES). Atualmente, os empregados são obrigados a recolher à Receita Federal o IR sobre as horas extras recebidas. Tanto o Fisco quanto os tribunais entendem que esse pagamento é um dos componentes do rendimento do trabalhador, e por isso deve ser tributado na fonte. O parlamentar, no entanto, acredita que esse entendimento cria uma situação prejudicial ao empregado, já que ele não pode optar entre fazer ou não as horas extras. O projeto tramita em caráter conclusivo nas comissões de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio; de Trabalho, de Administração e Serviço Público; de Finanças e Tributação; e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

www.camara.gov.br

INTERPRETAÇÃO ITG 2002

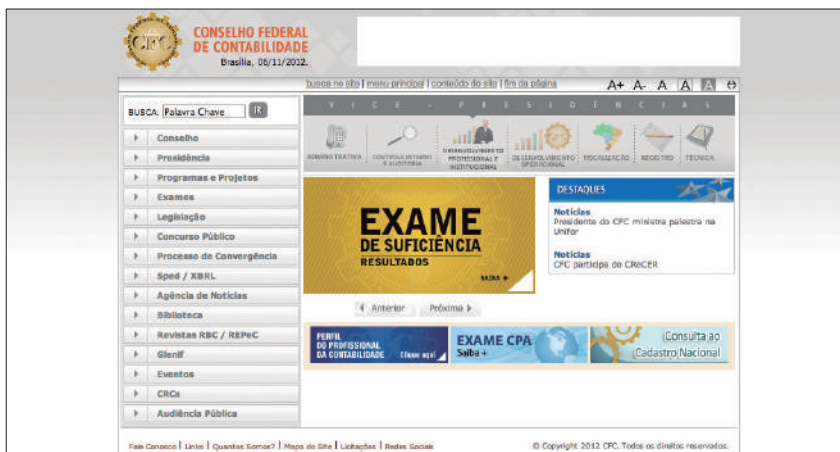
Por meio da Resolução CFC nº 1.409/2012, publicado no Diário Oficial da União de 27 de setembro, foi aprovada a Interpretação ITG 2002, que tem por objetivo estabelecer critérios e procedimentos específicos de avaliação, de reconhecimento das transações e variações patrimoniais, de estruturação das demonstrações contábeis, além de informações mínimas a serem divulgadas em notas explicativas de entidade sem finalidade de lucros. Destaque para alguns artigos, como o 8º, segundo o qual *“as receitas e as despesas devem ser reconhecidas, respeitando-se o regime contábil de competência”*. Já o artigo 12 deixa claro que *“as receitas decorrentes de doação, contribuição, convênio, parceria, auxílio e subvenção por meio de convênio, editais, contratos, termos de parceria e outros instrumentos, para aplicação específica, mediante constituição, ou não, de fundos, e as respectivas despesas devem ser registradas em contas próprias, inclusive as patrimoniais, segregadas das demais contas da entidade”*. A resolução aplica-se aos exercícios iniciados desde 1º de janeiro de 2012.

www.legisweb.com.br

NOVO TERMO DE RESCISÃO

O Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) lançou o novo modelo do Termo de Rescisão de Contrato de Trabalho (TRCT), que se tornou obrigatório aos empregadores e trabalhadores a partir de 1º de novembro de 2012. O novo modelo ganhou mais espaço e campos que possibilitam a diferenciação de informações sobre período aquisitivo de férias, 13º salário vencido, hora extra (normal/noturna), entre outras alterações. Duas importantes novidades trazidas pela Portaria nº 1.057 são a prorrogação da validade do modelo atual, até 31 de outubro, e a criação de dois novos formulários: o Termo de Quitação e o Termo de Homologação. O primeiro documento deverá ser utilizado, em conjunto com o TRCT, nas rescisões de contratos de trabalho com menos de um ano de serviço. Já o Termo de Homologação será utilizado para as rescisões de contrato com mais de um ano de serviço, casos em que é obrigatória a assistência e a homologação pelo sindicato profissional representativo da categoria ou pelo MTE.

www.mte.gov.br



RECADASTRAMENTO CONTÁBIL

Os profissionais da contabilidade de todo o Brasil têm até 31 de dezembro deste ano para se recadastrar em seus conselhos regionais (caso contrário ficarão em situação pendente), segundo a Resolução CFC nº 1.404, do Conselho Federal de Contabilidade. A exigência tem por finalidade atualizar os dados existentes, mantendo-se os números de registros e a jurisdição de cada CRC. Uma senha exclusiva será remetida por e-mail, para acesso ao programa informatizado e a realização do recadastramento. Nos casos em que for exigida a comprovação de autenticidade da informação prestada, o profissional deverá apresentar a documentação na sede do CRC ou em suas delegacias regionais.

www.cfc.org.br

MEDIDA PROVISÓRIA LIBERA R\$ 676 MILHÕES PARA MUNICÍPIOS AFETADOS PELA SECA

O Executivo enviou ao Congresso a medida provisória 583/12, que abre um crédito de R\$ 676 milhões no orçamento em vigor para os municípios brasileiros que sofrem com a escassez de chuva, principalmente na região do semiárido do Nordeste. Os recursos serão destinados ao Ministério da Integração Nacional, responsável pelas ações de defesa civil no país. Segundo o governo, R\$ 500 milhões serão reservados a ações como aquisição de alimentos, disponibilização de cestas básicas e abastecimento de água para consumo por meio de carros-pipa. O restante do crédito (R\$ 176 milhões) será usado na concessão do Auxílio Emergencial Financeiro. Criado pela lei nº 10.954/04, o auxílio fornece apoio financeiro para famílias com renda até dois salários mínimos que residem nos municípios em estado de calamidade pública ou situação de emergência. A MP será analisada na Comissão Mista de Orçamento. Depois, segue para exames dos Plenários da Câmara e do Senado.

www.camara.gov.br



PARCELAMENTO PARA MANTENEDORAS

As entidades públicas e privadas que mantêm instituições de ensino superior poderão renegociar as dívidas com a União. Portaria conjunta da Receita Federal e da Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN) instituiu um parcelamento de 15 anos (180 meses) para o pagamento desses débitos, com desconto de 40% na multa. A portaria regulamenta o Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento das Instituições de Ensino Superior (Proies), criado para assegurar condições para a continuidade das atividades das mantenedoras e permitir a recuperação dos tributos devidos por essas entidades. Poderão aderir as mantenedoras cujos tributos em atraso somem pelo menos R\$ 1,5 mil por aluno matriculado nas respectivas faculdades e universidades.

RENEGOCIAÇÃO PARA O ENSINO SUPERIOR

A renegociação abrange apenas os débitos vencidos até 31 de maio desse ano, já incorporados à dívida ativa da União, mas as instituições de ensino superior poderão pedir à Receita Federal que transfira para a dívida ativa os impostos não pagos. As entidades mantenedoras contarão ainda com uma moratória de 12 meses. Dessa forma, o parcelamento só começará a ser pago no décimo terceiro mês após a consolidação dos débitos. As dívidas serão corrigidas pela Selic, mais 1% e percentuais que variam de 0,104% a 0,833%, conforme o mês de pagamento da prestação. O parcelamento poderá ser pedido nas unidades da PGFN até 31 de dezembro de 2012, e as instituições precisarão apresentar um plano detalhado de recuperação econômica. O documento deve conter a projeção da receita bruta mensal e os respectivos fluxos de caixa até o mês do vencimento da última parcela do parcelamento.

agenciabrasil.etc.com.br

.....
1 Ante a demora do Ministério da Educação para analisar os procedimentos administrativos de renovação do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social, é cabível alguma medida jurídica para acelerar esta sua análise?

R: Com base na lei nº 12.016/09 (Lei do Mandado de Segurança), e considerando que a Instituição, em razão da morosidade na análise do procedimento administrativo do CEBAS, pode sofrer prejuízos ligados ao recolhimento das contribuições previdenciárias, entendemos que será cabível esta medida, contudo, deverá ser muito bem fundamentada, posto que o mandado de segurança só será concedido para proteger direito líquido e certo. Ainda, neste procedimento não há dilação probatória para fatos que não sejam incontroversos.

.....
2 Como uma entidade de assistência social ligada à área da educação deve conceder bolsas de estudo? Quais os percentuais de acordo com a atual legislação filantrópica?

R: Para fins de concessão de bolsas integrais ou parciais, primeiramente a entidade deverá submeter o aluno a uma análise de perfil socioeconômico. Feito isso, as bolsas integrais deverão ser concedidas para aqueles alunos que possuam renda familiar per capita de um salário mínimo. Já as bolsas parciais devem ser concedidas a alunos que possuam renda familiar per capita que não exceda a três salários mínimos. Ainda, caso a entidade possua educação superior, deverá também atender a previsão contida na Lei do Prouni, isto é, a cada nove alunos pagantes, um deve ser bolsista integral.

.....
3 As entidades de assistência social devem recolher IOF?

R: Nos moldes do artigo 2º § 3º do decreto nº 6.306/2007, desde que vinculadas às suas finalidades essenciais, não se submetem à incidência do imposto as operações realizadas por partidos políticos, inclusive suas fundações, entidades sindicais de trabalhadores e instituições de educação e de assistência social, sem fins lucrativos, atendidos os requisitos da lei.

.....
4 O Estatuto Social de minha Instituição prevê que eventual superávit obtido em determinado exercício fiscal poderá ser aplicado fora do país para que seja mantido o real valor da moeda. Tal previsão pode trazer problemas de ordem fiscal relacionados à obtenção de imunidades tributárias?

R: Acreditamos que a Instituição poderá ter problemas caso receba a visita de algum auditor ou fiscal para obtenção de imunidades tributárias. O Código Tributário Nacional, norma apta a regulamentar os requisitos para o gozo da imunidade tributária, é claro ao estabelecer (em seu inciso II do artigo 14) que todos os recursos arrecadados pelas instituições de Assistência Social devem ser aplicados integralmente no país para a manutenção de seus objetivos institucionais.

.....
5 Qual é a norma contábil aplicada às entidades de Assistência Social?

R: As práticas contábeis adequadas às entidade de Assistência Social podem ser captadas na NBC T -10, aspectos contábeis específicos em entidades diversas, NBC T -10.19, entidades sem finalidade de lucros.

.....
6 Minha entidade encontra-se sediada no Estado de São Paulo e é isenta ao recolhimento do ICMS (imposto sobre circulação de mercadoria e serviço).

Entretanto, gostaria de saber se é necessária a emissão de nota fiscal pelas mercadorias fabricadas em nossa pequena oficina de artesanato?
R: O artigo 9º da lei estadual nº 6.374, de 01/03/1989, prevê que contribuinte do imposto é qualquer pessoa, natural ou jurídica que, de modo habitual ou em volume que caracterize intuito comercial, realize operações relativas à circulação de mercadorias ou preste serviços de transporte interestadual, intermunicipal ou de comunicação. Devido a isso, é importante formalizar o Pedido de Autorização para Emissão de Notas Fiscal junto ao Posto Fiscal competente, porém, as notas deverão constar como isentas.



Cresce o número de transplantes de órgãos no país. O número de novos doadores passou de 997 para 1.217 – um aumento de 22%

TRANSPLANTES DE ÓRGÃOS NO BRASIL

Por Juliana Fernandes



O Brasil realizou no primeiro semestre deste ano 12.287 transplantes. O número é 12,7% maior que o total de cirurgias desse tipo realizadas no mesmo período de 2011. “Esse crescimento reforça o aumento do desejo de doação e a confiança da população no Sistema Nacional de Transplantes. É uma combinação fundamental para que a gente mantenha um aumento sustentável da doação e reduza as filas de espera por órgãos”, destacou o ministro da Saúde, Alexandre Padilha.

Segundo dados do ministério, entre janeiro e junho o transplante de pulmão teve aumento de 100%. O segundo maior avanço percentual foi o de coração, com 29% a mais quando comparado com os primeiros meses de 2011. Também cresceram os transplantes de medula óssea (17%), rim (14%), córnea (13%) e fígado (13%).

Os estados que mais se destacaram em aumento percentual foram o Acre (1033%), Amazonas (217%), Pará (104%) e Pernambuco (74%), além do Distrito Federal (76%). Em números absolutos, São Paulo se destaca com 4.754 transplantes realizados, sendo a maior parte de córnea (2.935). O número de doadores também aumentou no período. Em 2011, foram 997; já em 2012, esse número passou para 1.217, um aumento de 22%.

“As vidas que são salvas justificariam, por si só, todo o esforço do Ministério da Saúde em dar cada vez mais qualidade ao nosso Sistema Nacional de Transplantes, mas acreditamos que à medida que se estrutura esse sistema, obriga-se todos os serviços de saúde a melhorarem sua qualidade”, enfatizou o ministro.

Recentemente, Padilha assinou uma portaria que institui a atividade de tutoria em doação de órgãos e transplantes no país. Dessa forma, o Ministério da Saúde estimula centros de excelência a capacitar serviços que queiram melhorar ou iniciar a realização desse tipo de cirurgia.

Um dos critérios para a habilitação de centros de excelência é fazer parte da rede pública ou ser entidade sem fins lucrativos que atenda de forma complementar ao Sistema Único de Saúde (SUS). Outros critérios são: ter experiência de dois anos ou mais na área; realizar, no mínimo, três tipos de transplantes, sendo dois de órgãos sólidos e/ou um de tecido ou, ainda, transplante de medula óssea; desenvolver estudos e pesquisas na área, entre outros.

COMO FUNCIONA O PROCESSO DE DOAÇÃO?

Ainda existem muitas dúvidas sobre como ocorre o processo de doação de órgãos e tecidos. A primeira dúvida é: para ser doador, é necessário deixar algum documento por escrito? Não. Cabe aos familiares autorizar a retirada, após a constatação da morte encefálica. Este quadro acontece quando não há mais funções vitais e a parada cardíaca é inevitável.

QUAIS ÓRGÃOS PODEM SER DOADOS?



Coração

Retirado do doador antes da parada cardíaca e mantido fora do corpo por no máximo seis horas



Pulmão

Retirados do doador antes da parada cardíaca e mantidos fora do corpo por no máximo seis horas



Rins

Retirados do doador até 30 minutos após a parada cardíaca e mantidos fora do corpo até 48 horas



Fígado

Retirado do doador antes da parada cardíaca e mantido fora do corpo por no máximo 24 horas



Pâncreas

Retirado do doador antes da parada cardíaca e mantido fora do corpo por no máximo 24 horas



Válvulas cardíacas

QUAIS TECIDOS PODEM SER DOADOS?

Córneas – Retiradas do doador até seis horas depois da parada cardíaca e mantidas fora do corpo por até sete dias

Medula óssea – Se compatível, feita por meio de aspiração óssea ou coleta de sangue

Pele – Retirados do doador até seis horas depois da parada cardíaca

Cartilagem – Retirados do doador até seis horas depois da parada cardíaca

Ossos – Retirados do doador até seis horas depois da parada cardíaca e mantidos fora do corpo por até cinco anos

Sangue

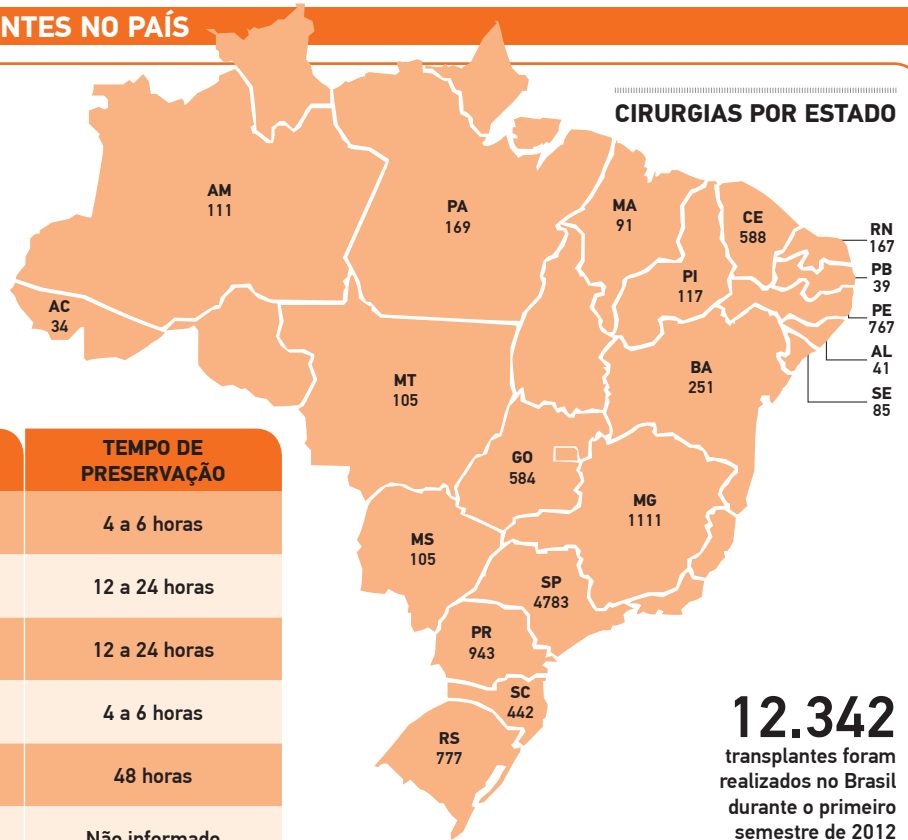
QUEM NÃO PODE DOAR?

- Portadores de doenças que comprometam o funcionamento dos órgãos e tecidos doados, como: insuficiência renal, hepática, cardíaca, pulmonar, pancreática e medular;
- Portadores de doenças contagiosas transmissíveis por transplante, como soropositivos para HIV, doença de Chagas, hepatite B e C, além de todas as demais contra-indicações utilizadas para a doação de sangue e hemoderivados;
- Pacientes com infecção generalizada ou insuficiência de múltiplos órgãos e sistemas;
- Pessoas com tumores malignos – com exceção daqueles restritos ao sistema nervoso central, carcinoma basocelular e câncer de útero – e doenças degenerativas crônicas.



PANORAMA DE TRANSPLANTES NO PAÍS

CIRURGIAS POR ESTADO



CIRURGIAS POR ÓRGÃO
(dados até Julho de 2012)

| ÓRGÃO | FILA DE ESPERA | TEMPO DE PRESERVAÇÃO |
|----------|----------------|----------------------|
| Coração | 206 | 4 a 6 horas |
| Fígado | 1.374 | 12 a 24 horas |
| Pâncreas | 614 | 12 a 24 horas |
| Pulmão | 163 | 4 a 6 horas |
| Rim | 21.686 | 48 horas |
| Córnea | 6.684 | Não informado |

12.342
transplantes foram realizados no Brasil durante o primeiro semestre de 2012

FONTE: IG.COM.BR

Embora ainda haja batimentos cardíacos, a pessoa com morte cerebral não pode respirar sem a ajuda de aparelhos. Por isso, tem início o processo de retirada dos órgãos, que pode ser acompanhado por um médico de confiança da família. É fundamental que os órgãos sejam aproveitados enquanto há circulação sanguínea para irrigá-los – pois, se o coração parar, somente as córneas poderão ser aproveitadas.

Dessa forma, quando um doador é reconhecido, as centrais de transplantes das secretarias estaduais de saúde são comunicadas. Apenas elas têm acesso aos cadastros técnicos das pessoas que estão na fila por um transplante. Além da ordem da lista, a escolha do receptor será definida pelos exames de compatibilidade com o doador. Por isso, nem sempre o primeiro da fila é o próximo a ser beneficiado. Essas centrais ainda são responsáveis por controlar todo o processo, coibindo o comércio ilegal de órgãos.

É importante ressaltar também que toda doação é regida pela lei nº 9.434/97. É ela quem define, por exemplo, que a retirada de órgãos e tecidos de pessoas falecidas só pode ser realizada se precedida de diagnóstico de morte cerebral – constatada por dois médicos e sob autorização familiar.

NOVIDADES PARA AUMENTAR OS NÚMEROS

O Facebook lançou recentemente uma ferramenta que pretende incentivar a doação de órgãos no Brasil. Em parceria com o Ministério da Saúde, a rede social criou um serviço que permite que seus usuários se declarem doadores e convidem seus contatos a fazerem o mesmo.

A informação pode ser adicionada à linha do tempo e agregada ao perfil. Para ativar a o recurso, basta clicar em “Evento cotidiano” na parte superior da linha do tempo, depois escolher a opção “Saúde e bem-estar” e selecionar “Doador de órgãos”.

Segundo Alexandre Padilha, a intenção ao lançar a ferramenta, que já está disponível em outros países, é conseguir aumentar o número de doadores de órgãos. Mesmo com a disponibilidade, o ministro ressaltou que a doação de órgãos só pode ser feita mediante a autorização da família.

Por este motivo, segundo o ministro, é importante que o usuário coloque em seu perfil a intenção de doar órgãos e que também converse sobre o assunto com os familiares e amigos. “Temos uma carência de doadores. Por isso, queremos ampliar ainda mais a capacidade da população de ser doadora”, afirmou o ministro. 🍷

SUSTENTABILIDADE

RESPONSABILIDADE SOCIAL

SUSTENTÁVEIS, PORÉM RENTÁVEIS

Para atingir estas duas metas, empresas precisam juntar três ingredientes essenciais: equilíbrio nas contas, promoção de ações sociais e muita vontade de seus gestores

Por Luciano Guimarães

Como uma empresa pode adotar práticas sustentáveis e, ao mesmo tempo, ser rentável? Eis uma das grandes questões que atualmente tiram o sossego dos executivos em todo o mundo. Encontrar meios para se chegar a uma relação harmônica entre os dois pratos da balança invariavelmente é tarefa para lá de complicada.

Levantamento da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais (Anbima) mostra que o próprio mercado e os investidores andam prestando muita atenção em companhias com missão e valores com viés verdadeiramente mais sustentável.

Tanto é verdade que do início deste ano até o dia 8 de agosto, fundos de ações da categoria de sustentabilidade e governança corporativa renderam incríveis 13,69%. Em contrapartida, os fundos de ações negociados na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) subiram apenas 5,55%, enquanto os do IBrX Ativo (fundos de ações de alta liquidez) elevaram-se 7,81%.

Também chama muito a atenção a enorme diferença entre o rendimento histórico do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bovespa & BMF e o do Ibovespa tradicional. Do dia 30 de novembro de 2005 – quando foi criado o ISE – até agosto de 2012, o placar estava em 137% a 85,24%.



FOTO: DIVULGAÇÃO / AGENCIA PROSOFT TECNOLOGIA



“Um bom começo é respeitar tanto o meio ambiente quanto os concorrentes, fornecedores colaboradores e clientes”

CARLOS MENI
CEO da Prosoft Tecnologia

Em artigo publicado no site do Instituto Ethos, o vice-presidente da entidade, Paulo Itacarambi, comentou que “um indício de que os critérios socioambientais começam a ser aceitos para avaliar riscos nos investimentos é dado pelo JP Morgan”. Citando o conceituado jornal britânico *The Guardian*, lembrou que “os executivos do banco mudaram sua percepção e passaram a compreender esses critérios como oportunidade para o cliente”.

“Com isso, as questões socioambientais deixaram de ser consideradas como ‘mata-negócios’ e passaram a abrir novas perspectivas. Primeiro, porque essa avaliação representa uma consultoria gratuita, apontando os pontos de melhoria do projeto ou da empresa em relação a riscos socioambientais. Segundo, porque o crivo do banco equivale a um selo de qualidade para o avaliado, agregando valor à própria empresa, ao produto ou ao serviço comercializado”, escreveu Itacarambi.

DESPESAS X RECEITAS

Qualquer empreendimento candidato à sustentabilidade em suas atividades precisa equilibrar despesas e receitas. Esta equação pode até soar óbvia, entretanto, o balanceamento de tais grandezas carece de um mínimo de coerência, não podendo ser episódico, mas perene. A detalhada explicação é do advogado Artur Lopes, sócio-fundador da Artur Lopes & Associados, consultoria especializada em recuperação, consolidação e ampliação de negócios.

“As receitas devem ser recorrentes e constantes, todavia, os gastos precisam ser milimetricamente medidos para evitar o endividamento desnecessário que comprometa não o fluxo de caixa de maneira abstrata, mas sim a operacionalidade de maneira concreta”, argumenta.

Paralelamente aos índices contábeis e financeiros, as empresas estão cada vez mais buscando adotar boas

práticas de sustentabilidade não apenas na área ambiental, mas investindo em educação, cultura, esporte e lazer para as comunidades de seu entorno. Aliar a marca a uma causa, ainda que por meio de institutos e fundações, também surte bons efeitos, pois aprofunda os vínculos com consumidores.

Segundo Lopes, os consumidores em geral e o mercado estão dando mais importância para aspectos que vão além da utilidade prática do produto ou do serviço oferecido. “A sustentabilidade ambiental, o *fair trade* (comércio justo) e outras práticas socialmente responsáveis começam a ser mais relevantes na opção de compra ou de realização de negócios”, resume.

Em consonância com essas mesmas ideias e conceitos, o CEO da Prosoft Tecnologia, Carlos Meni, vai ainda mais longe, acreditando que ao se tornar sustentável uma empresa tem chances aumentadas de ser rentável em menos tempo.

Fundada em meados dos anos 1980, não é à toa que hoje é uma das desenvolvedoras de tecnologia da informação que mais crescem no Brasil. Fornecedora de *softwares* e soluções para o mercado contábil, foi a terceira companhia desta indústria – e a primeira em seu segmento – com a maior expansão de sua receita líquida (receita bruta menos deduções, como tributos e descontos comerciais) entre 2009 e 2011.

Os números fazem parte do recente *ranking* divulgado pela revista *PME Exame*, que analisou 250 pequenas e médias empresas que atuam no país. No geral, a Prosoft Tecnologia ficou na 22ª colocação. Nestes três anos, expandiu em 328,3% sua receita líquida, fechando 2011 com faturamento total de R\$ 52 milhões, aumento de 269% em comparação a 2010.

“Para ser sustentável e rentável ao mesmo tempo, não basta criar estratégias ‘mirabolantes’, mas cumprir



“Consumidores consideram a adoção de práticas sustentáveis determinante no momento de decidir a compra ou realizar negócios”

ARTUR LOPES

Artur Lopes & Associados

à risca as leis tributárias e trabalhistas, fabricar produtos em conformidade e respeitar tanto o meio ambiente quanto os concorrentes, fornecedores, colaboradores e clientes”, destaca Meni.

SELO DE QUALIDADE

Este mesmo entendimento é levado muito a sério por diversos setores econômicos, principalmente aqueles que passaram anos tentando conscientizar a cadeia produtiva a qual representam. É o caso da Associação Brasileira dos Produtores de Cal (ABPC).

A entidade criou o Programa Selo de Responsabilidade Socioambiental com o objetivo de certificar empresas produtoras de cal com base na qualidade das suas práticas de produção e gestão. São avaliadas as áreas de qualidade, meio ambiente, saúde e segurança, ética e responsabilidade social.

Durante anos, os revendedores estavam inundados por produtos fabricados fora dos padrões de qualidade exigidos, geralmente vendidos a um preço mais baixo – o que ainda ocorre, em menor grau. Além de provocar problemas estruturais nas obras, tais produtos acabavam canibalizando o mercado.

“Este processo contribui para o reconhecimento das empresas pela adoção de boas práticas e, paralelamente, ajuda no fechamento de negócios, por ser uma certificação reconhecida internacionalmente como referência de qualidade”, atesta Mauro Seabra, secretário-executivo da ABPC.

Se há pouco tempo o compromisso de uma corporação estava em grande parte em atender bem o consumidor, atualmente ele se estendeu para além do ambiente corporativo, envolvendo todos os públicos, pois sustentabilidade e rentabilidade agora andam de mãos dadas. 🌱

M **MONELLO**
CONTADORES
CONSULTORIA CONTÁBIL E FISCAL PARA O 3º SETOR
ESCRITÓRIO CONTÁBIL DOM BOSCO

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

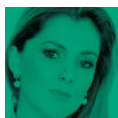
Brasília/DF
Centro Multiempresarial
SRTVS, Quadra 701, Bloco O,
sala 611 – CEP 70340-000

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

- 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.

www.sergiomonello.com.br

(11) 3872.1195



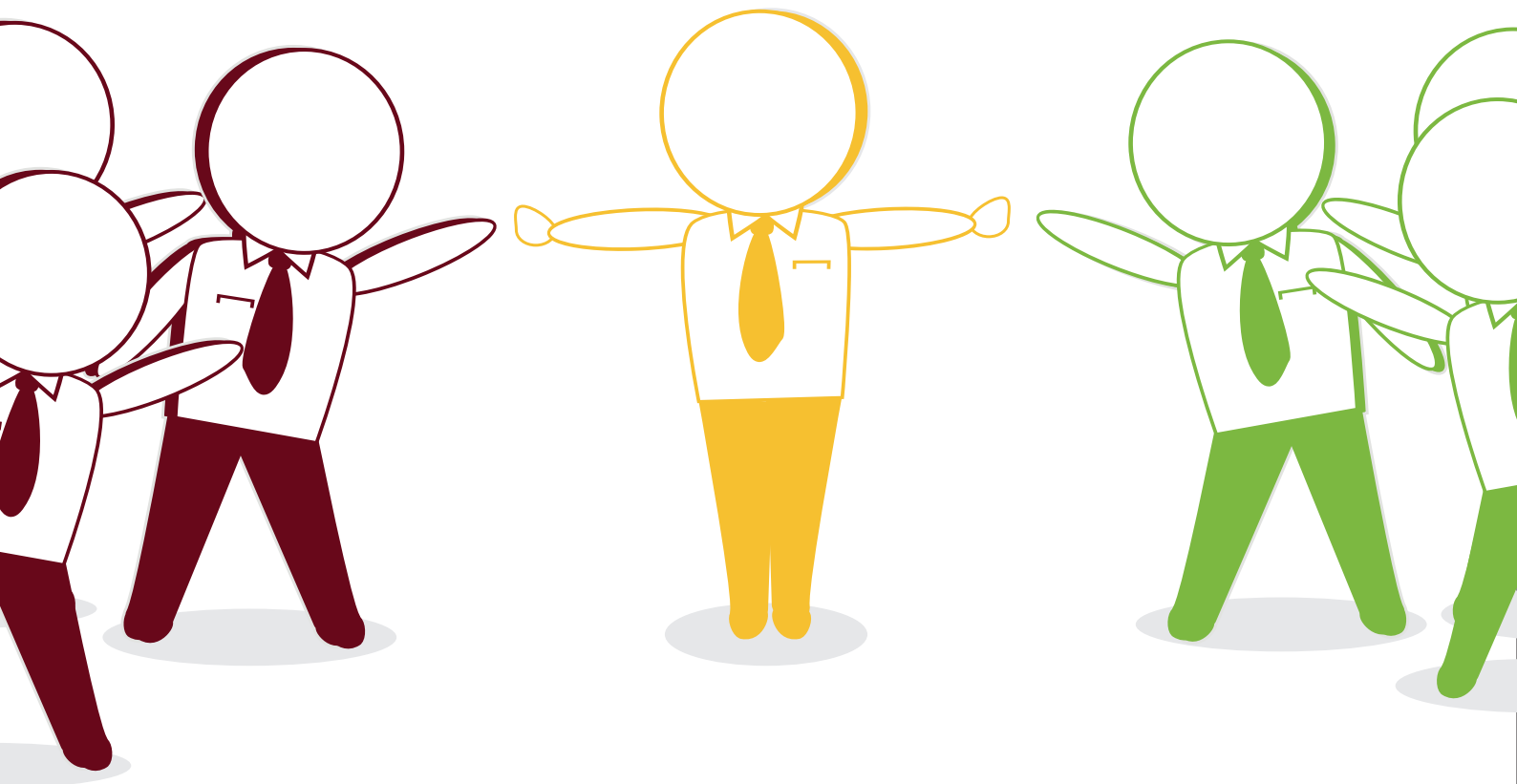
DESENVOLVENDO PARCERIAS SOCIAIS SUSTENTÁVEIS

Em 2005, James Austin, renomado professor da Harvard Business School e autoridade no tema do empreendedorismo social, salientou que estávamos passando por uma mudança significativa nas tradicionais relações de troca entre parceiros, sendo que o “preenchimento de cheques” estava dando lugar a vias mais amplas e profundas de interação. Isso só traria benefícios, tanto para as empresas, quanto para as organizações da sociedade civil envolvidas.

Há mais de cinco anos trabalhando no intermédio das relações de troca entre empresas investidoras e organizações da sociedade civil, além de realizar pesquisas nesta área, posso afirmar que as constatações de Austin, que estão baseadas em um estudo envolvendo 41 pesquisadores sobre 24 Organizações da Sociedade Civil Sem Fins Lucrativos da América Latina, ainda não fazem parte das estratégias de mobilização de recursos de muitas organizações do terceiro setor.

Grande parte das pessoas responsáveis por mobilizar recursos nessas organizações ainda trabalha de forma pontual, emergencial e sem planejamento. Esses profissionais me procuram para “captar recursos” para seus projetos e organizações, como se fosse a solução para a sustentabilidade das ações que pretendem realizar em curto prazo. O que tenho dito, constantemente, é que mobilizar recursos vai além da captação de um valor aqui e outro lá. Mobilizar recursos é um processo, que tem de ser construído de forma planejada para que se torne uma atividade estratégica e essencial para a organização. Desta forma, as organizações não precisam de um “captador”, e sim de rotinas orientadas para a constante busca do potencial parceiro e da sustentabilidade das parcerias conquistadas.

Segundo dados do IBGE, em 2005 existiam no Brasil 338 mil Fundações e Associações Privadas sem fins lucrativos – um número significativo e que provavelmente seja maior atualmente.



Diante desse desenvolvimento, surgiu o conceito de parcerias sociais como uma das principais formas de relacionamento entre os três setores (Estado, Mercado e Sociedade). Para alguns autores – entre eles, Austin –, o conceito de parcerias sociais está relacionado às formas emergentes de colaboração que envolvem mais tipos de fluxos de recursos bilaterais e geram maior valor do que a abordagem tradicional, ou seja, de pedir doação em curto prazo e sem envolver os parceiros na causa.

O conceito de parceria é oriundo da administração. Segundo Noleto (2004), as empresas percebem que só há uma forma de sobreviver em um mundo altamente competitivo e globalizado: a união e a soma de esforços. Esse conceito está há tempos introduzido no mercado empresarial. Um exemplo são as *joint ventures*, que são os empreendimentos conjuntos ou associação de empresas. Por esse e outros motivos, abordar um potencial investidor apresentando uma proposta de parceria é muito mais eficaz do que apresentar uma proposta de patrocínio, apoio ou doação. Mais do que apresentar uma proposta clara e justa de parceria, é necessário pensar ações para tornar uma parceria sustentável.


O conceito de parcerias sociais sustentáveis, termo que desenvolvi após uma pesquisa nesta área, está ligado aos quatro componentes que Austin identifica em sua pesquisa. São eles: 1) Comunicação: início e construção da relação. Está ligado ao processo de aproximação e comunicação com o potencial parceiro. É uma fase essencial e importante que perpassa todo o processo da parceria. É nesse componente que se deve responder a pergunta: de que forma a determinada colaboração inter-setorial pode beneficiar minha organização? Essa pergunta vale para todos os envolvidos, ONG e empresas; 2) Alinhamento: alinhamento entre as missões, as estratégias e os valores das organizações. Quanto menores as capacidades institucionais das ONGs, maiores as barreiras ao diálogo inter-setorial e à conquista de parceiros. É fundamental que as culturas das organizações envolvidas estejam equilibradas, caso contrário, torna-se

difícil desenvolver visões compartilhadas; 3) Valor: geração de valor para os parceiros e a sociedade como um todo. É o que impulsiona o envolvimento ativo e comprometido de uma organização nas colaborações. Se uma parceria inter-setorial deixar de beneficiar os parceiros, logo chegará ao fim; 4) Confiança: gerenciamento da interface com o parceiro. Está ligado à construção de confiança, de tornar o parceiro fiel e a parceria sustentável, utilizando processos transparentes, demonstrando resultados e construindo em conjunto com os parceiros.

Esses quatro componentes planejados antes, durante e depois da conquista de um parceiro são o diferencial para uma parceria se tornar sustentável.

Tenho visto muitos projetos criados sem estratégia alguma, muitas vezes desenvolvidos individualmente por seus proponentes ou por amadores da causa, sem pesquisa de cenário e de potenciais parcerias. Esses projetos, mesmo que aprovados nas leis de incentivo, acabam não conseguindo parceiros e, por falta de recursos, não se realizam.

O desenvolvimento de parcerias sociais sustentáveis indica que é preciso construir projetos junto com os parceiros ou potenciais parceiros; que é necessário gerar valor para ambas as partes; que é necessário perguntar e saber responder a pergunta: de que forma a determinada parceria pode beneficiar minha organização? E que os parceiros devem estar alinhados em suas missões, valores e princípios.

Muitos líderes de organizações sociais e mobilizadores de recursos podem pensar que poderia ser tudo mais fácil, que nada desse esforço deveria existir, pois lidam com demandas sociais, e não comerciais. Porém, a realidade do nosso país, por enquanto, é essa: muitas demandas sociais nas “mãos” de organizações privadas. Ou seja, a área social também virou um mercado e precisa pensar de forma estratégica para sobreviver. Neste cenário, acredito que o conceito de parcerias sociais sustentáveis seja justo e adequado para contribuir com a mobilização de recursos no Terceiro Setor. 

ECONÔMICA Desenvolvimento Empresarial

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





RESÍDUOS AINDA SÃO TRATADOS COMO LIXO NO BRASIL

Por Dal Marcondes

Desde o final de 2010, quando o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva sancionou a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), o Brasil conta com uma legislação moderna para a gestão dos resíduos produzidos pelas atividades humanas. Foram 20 anos de tramitação no Congresso até que pressões de empresas e de grupos ambientalistas fortaleceram os deputados a favor de aprová-la. A motivação para uma política nacional foi econômica: grandes empresas, com atuação nacional ou global, precisam de normas claras e universais para a gestão de seus processos. Com a falta de uma norma nacional para a gestão de resíduos, Estados e municípios começaram a aprovar legislações próprias. Em 2009, o ex-governador do Paraná, Roberto Requião, ameaçou impedir a venda de produtos com embalagens longa vida em seu Estado caso não houvesse um plano de logística reversa capaz de recolher as embalagens pós-consumo.

A PNRS estabeleceu que até 2014 nenhuma cidade brasileira poderá ter lixões. Devem ser construídos aterros sanitários e implantados sistemas de coleta seletiva e logística reversa, de forma que nenhum tipo de resíduo passível de reuso ou de reciclagem seja encaminhado aos aterros. No entanto, a PNRS previa também que até agosto de 2012 todos os municípios brasileiros deveriam ter encaminhado ao Governo Federal os planos de manejo detalhando como as metas estabelecidas pela nova lei seriam implementadas em cada cidade. Poucas cidades apresentaram esses planos, e as que não o fizeram estão com seus repasses de recursos federais bloqueados.


A PNRS prevê também que a responsabilidade pelos resíduos deve ser compartilhada entre fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, consumidores, titulares dos serviços públicos de limpeza urbana de manejo de resíduos sólidos e responsáveis pelo ciclo de vida dos produtos. Nos próximos dois

anos, as cidades brasileiras deverão trabalhar para cumprir metas que devem ser trabalhadas por meio de campanhas para a não geração de resíduos, pela sua redução, pela reutilização daqueles que possam ter esse destino, pela reciclagem, pelo tratamento e pela disposição final adequada.

Para estabelecer um sistema de coleta seletiva eficaz e de logística reversa de resíduos pós-consumo, as prefeituras e organizações envolvidas nesse processo devem, segundo a lei, fortalecer as cooperativas de catadores para manterem centros de coleta e separação dos resíduos, de forma a possibilitar o encaminhamento correto. Para isso, será preciso uma mudança estrutural na forma de gerir os resíduos na maioria dos municípios, abandonando o modelo centralizado das empresas de coleta de lixo, que são, em sua maioria, ligadas a grandes grupos econômicos, para migrar para um modelo de gestão no qual o compartilhamento de responsabilidades e de deveres seja descentralizado.

Outro fator importante para o sucesso da nova lei será a criação de bolsas de resíduos e a oferta descentralizada dos mesmos, de forma a facilitar o empreendedorismo e a criação de novos negócios. A implantação da coleta seletiva e da logística reversa de resíduos em um cenário ideal é aquela em que todos os resíduos são realmente separados e têm destinação final produtiva, e não simplesmente descartados. Cadeias de valor descentralizadas, capazes de assimilar os diversos tipos e categorias de resíduos em novos negócios, que agreguem inovação, geração de emprego e renda e destinação adequada de resíduos pós-consumo, são estruturantes para uma economia inclusiva e não poluidora.

Os desafios para a implantação plena da Política Nacional de Resíduos Sólidos são complexos e dependem de muitos atores, principalmente porque a questão deve ser tratada de forma compartilhada, como prevê a nova lei. Fabricantes, distribuidores, varejistas, consumidores e poder público são responsáveis por estruturar uma logística reversa que permita a construção de cadeias de valor e novos negócios, com base na reciclagem e no uso dessas matérias-primas para a geração de novas oportunidades de riqueza e renda.

A responsabilidade compartilhada é a grande inovação introduzida na gestão de resíduos, pois obriga uma ação colaborativa entre os diversos atores de forma a garantir o resultado final de uma cadeia de consumo menos impactante sob o ponto de vista ambiental, e mais inclusiva sob a ótica social. 

“A implantação da coleta seletiva e da logística reversa na gestão de resíduos formam apenas uma parte da implantação da Política Nacional de Resíduos Sólidos. Será preciso criar e estimular cadeias de valor e novos negócios com base em matérias-primas vindas do lixo”

VAMOS REPETIR A HISTÓRIA DA ILHA DE PÁSCOA?

Poucas narrativas ilustram tão bem o efeito destruidor de civilizações que a degradação ambiental pode ter como a história da ilha de Páscoa (Rapa-Nui). Arqueólogos, geógrafos, historiadores e romancistas convergem na eloquência simbólica dos acontecimentos daquele lugar – a “metáfora perfeita”, no dizer do professor e ganhador do prêmio Pulitzer, Jared Diamond, sobre o destino do nosso planeta.

Em pouco mais de 500 anos, a ilha, que já foi abundante em flora, generosa em riqueza marinha, com água suficiente e solos férteis para albergar a presença humana se converteu num pesadelo. Isolados do mundo, sem alternativas conhecidas e acessíveis de fuga, dependentes dos recursos naturais para garantir o nível de vida necessário à subsistência, reprodução e conforto, os pascoenses viram sua civilização arrasada por um misto de destruição do seu meio ambiente, desvios culturais que levaram ao paroxismo, concorrência entre clãs pelo poder e, por último, pela guerra civil, além de epidemias externas (biológicas e culturais). As causas são múltiplas, mas a sequência da narrativa que levou ao fim da civilização de Páscoa parece ser uma só: da efetiva subsistência e aspiração ao conforto nasceram as pretensões por mais poder e prestígio, que acirraram uma competição desenfreada por erigir mais e mais moais, aquelas estátuas gigantes que são a marca registrada da ilha.

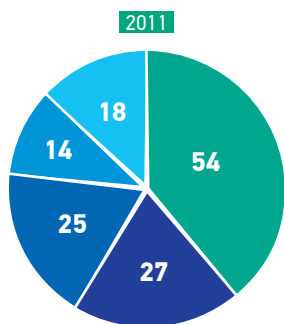
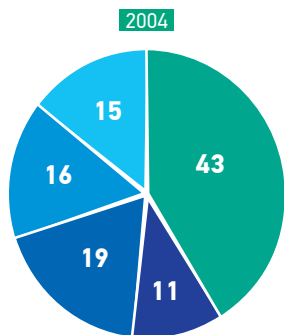
Em seu *best-seller* “Colapso”, Diamond especula sobre a consciência dos pascoenses prestes a derrubarem a última árvore da ilha: será que acharam a evidência do impacto humano sobre os desajustes ambientais como ainda não sendo conclusiva? Ou que provavelmente do outro lado da ilha as coisas não fossem tão ruins e tenha mais uma floresta a descobrir? Ou que a tecnologia iria salvá-los?

Há vários anos encaramos de forma muito parecida a crise ambiental e das mudanças climáticas, e não deveria surpreender que a exposição desses mesmos tipos de argumentos funcione como um anestésico para adiar ou minimizar as decisões relativas ao que fazer diante de tamanho desafio. Durante um bom tempo foi o questionamento sobre o quanto essas mudanças correspondiam a um padrão natural ou resultavam da interferência humana. Do mesmo jeito, a expectativa de que inovações tecnológicas (mais do que novos hábitos pessoais) conseguiriam virar o jogo dominou e ainda permanece no centro do debate sobre as soluções. Não foi muito diferente o que ocorreu com a esperança de que as ondas de calor e frio, assim como a poluição e a emissão de gases, seriam revertidas pela vontade política dos países e pela existência de vastos recursos naturais ainda inexplorados – algo que passou a ser desmentido pelos relatórios de instituições até conservadoras, como a Agência Internacional de Energia que, recentemente, revelou que as emissões mundiais em 2010 bateram mais um recorde, apesar da recessão econômica no mundo desenvolvido.

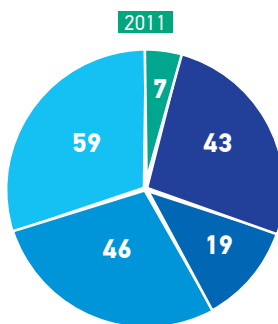
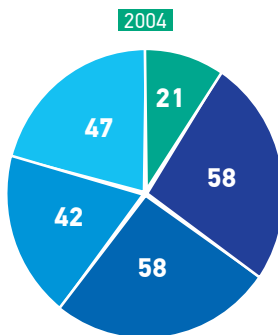
Só que, diferentemente dos pascoenses, hoje contamos com sinais e números concretos capazes de afetar nosso conhecimento e percepção sobre quão naturais ou habituais são essas mudanças climáticas, se ocorrem apenas em um ou dois lugares isolados ou se são universais, quais tecnologias estão efetivamente disponíveis

Nos últimos anos nosso país vivenciou alguns padrões climáticos extremos. Você vê esses eventos relacionados com o clima como...

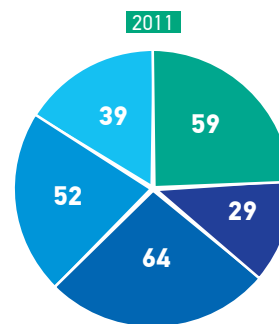
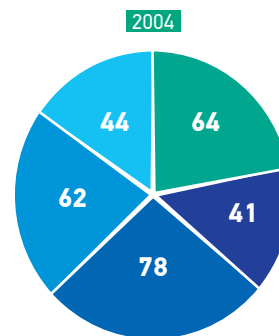
ALGO EXTREMAMENTE INCOMUM E ALARMANTE



PARTE DE UM PADRÃO NATURAL



Novas tecnologias resolverão o problema das mudanças climáticas, requerendo pequenas mudanças de hábitos e conduta das pessoas...



Legend: ■ Brasil ■ Estados Unidos ■ Índia ■ China ■ Reino Unido

e a eficiência das mesmas. O aumento da presença do tema nos jornais, assim como a multiplicação do número de eventos climáticos extremos no planeta – e a intensidades das catástrofes – colocam o tema no radar e na realidade das pessoas, e facilitam desenvolver percepções de como fazer escolhas sobre o que está acontecendo e como lidar com isso. Mas é isso o que de fato vem acontecendo? E qual é a lógica que se instala na cabeça das pessoas?

Dados do estudo *Barômetro Ambiental*, desenvolvido desde 2005 pela Market Analysis (em parceria com a rede GlobeScan), revelam que nos últimos anos o senso de alarme sobre as mudanças climáticas tem aumentado, ao mesmo tempo em que se reconhece o fenômeno como sendo causado pelo homem (e cada vez menos atribuível a um padrão natural do clima). A fé na tecnologia como solução deixa de recrutar tantos adeptos e começa a dividir a população, levando a uma tácita admissão de que as soluções passam por mudanças drásticas de hábitos.

Esse novo padrão de reações sociais diante do aquecimento global e da crise ambiental não é exclusivo do Brasil, e acontece tanto em países desenvolvidos como emergentes. Mas talvez ironicamente

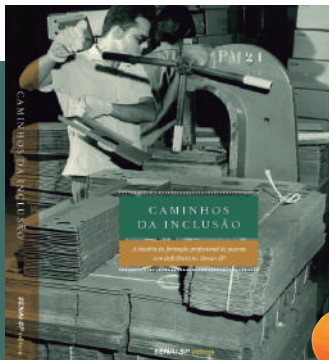
a mudança tenha sido mais visível nos últimos tempos na sociedade, que, apesar da sua altíssima responsabilidade, deu por muitos anos as costas ao problema, e para a qual o poder restaurador da tecnologia é crença quase religiosa: os Estados Unidos. Lá, o sobressalto com relação às mudanças climáticas e a crise ambiental disparou, a naturalização delas passou a ser seriamente questionada. As dúvidas sobre se a esperteza técnica dará conta do recado sem exigir alterar o estilo de vida aumentaram como em nenhum outro país.

Se essa liderança nas estatísticas do pavor refletem algo é a noção de que o caos climático deixou de ser uma hipótese e fonte de mais alguns novos negócios para se transformar em parte da realidade cotidiana. A mensagem desde a sociedade, válida tanto para os EUA como para o Brasil, parece ser clara: ou os novos produtos e serviços com valor tecnológico que visam posicionar-se dando uma resposta efetiva ao problema ambiental adotam uma presença e funcionalidade mais assertiva no mercado e no dia-a-dia, ou as organizações por trás deles arriscam que seus esforços e investimentos sejam vistos como supérfluos e irrelevantes, e sua imagem de liderança ambiental fique tingida pelo signo da inocuidade. 🌱

Fonte: Market Analysis/GlobeScan



FIQUE LIGADO!



INCLUSÃO PROFISSIONAL DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

O livro "Caminhos da inclusão – A história da formação profissional de pessoas com deficiência no Senai/SP" (R\$ 69,90, 248 páginas) retrata o processo de capacitação de pessoas com necessidades especiais para o trabalho na indústria brasileira. Escrito por Marta Gil e com versão acessível em Daisy, a obra conta as estratégias criadas pela entidade para adequar-se às características do processo de industrialização e à evolução dos métodos de ensino e de educação profissional. Os assuntos tratados no livro vêm de encontro com o trabalho de inclusão social realizado pela Fundação Banco do Brasil, que investe socialmente em programas e projetos estruturados para este público.



BOLSA DE ESTUDOS NO WWF

A WWF, organização de conservação global, está com inscrições abertas para a bolsa Prince Bernhard 2013, destinada a estudantes e profissionais de conservação de países em desenvolvimento. Ela dá suporte financeiro para treinamentos e estudos em conservação ambiental de África, Ásia/Pacífico, Leste Europeu, Oriente Médio, América Latina, Caribe e Mediterrâneo. O recurso é válido apenas para cursos especializados em conservação ou áreas correlatas, com término previsto para o período compreendido entre 1º de julho de 2013 e 30 de junho de 2014. O valor da bolsa é de até 10 mil francos suíços, e o prazo de inscrição desta edição vai até 11 de janeiro de 2013.

www.wwf.org.br/bolsaprincebernhard

BLOG EM DEFESA DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES

A ANDI – Comunicação e Direitos lançou um novo espaço para estimular o debate sobre a defesa dos direitos da criança e do adolescente. O blog "Direitos, Infância e Agenda Pública" se propõe a contribuir para qualificar a cobertura jornalística, subsidiando os profissionais e estudantes de Comunicação com uma produção atenta às políticas públicas, monitoramento de notícias relacionadas a direitos humanos, pesquisas, estudos nacionais e internacionais, além da participação de fontes de informação. Concebido como parte do projeto Jornalista Amigo da Criança (JAC), realizado pela ANDI e Petrobras desde 1997, o blog contará com participação dos jornalistas diplomados compartilhando suas experiências profissionais. O blog também contará com análises sobre os principais assuntos de grande repercussão envolvendo os eixos temáticos de atuação da ANDI: infância e juventude, inclusão e sustentabilidade, e políticas de comunicação.

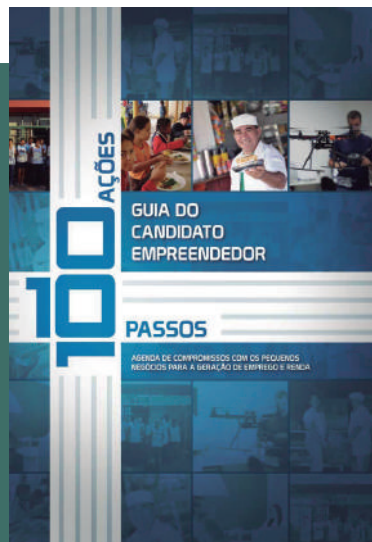
blog.andi.org.br



GUIA: CONSUMO SUSTENTÁVEL COM FOCO NAS MULHERES

Já está disponível para consulta a íntegra da pesquisa qualitativa *O que o brasileiro pensa do meio ambiente e do consumo sustentável – Mulheres e tendências atuais e futuras de consumo no Brasil*. Os principais dados apresentam um retrato da mulher brasileira e seu papel na sociedade: a percepção das mulheres sobre seu lugar no mundo atual, o reconhecimento de seu poder, as “tipologias” de mulheres, suas aspirações em relação ao futuro, hábitos de consumo, disposição para mudar padrões, além da avaliação sobre o papel que produtos verdes, mercado ético e empresas cidadãs têm em suas decisões de compra. A pesquisa qualitativa ouviu 67 formadores de opinião residentes em várias partes do país, atuantes em setores ligados ao consumo e ao tema de gênero. A pesquisa é uma realização do Ministério do Meio Ambiente (MMA) em parceria com as empresas Unilever, Pepsico e Walmart. O estudo qualitativo da pesquisa foi realizado pela empresa Overview, do Rio de Janeiro.

www.mma.gov.br



GUIA: INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO

A fim de estimular a criação de agendas de desenvolvimento nestas eleições municipais, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) lança o *Guia do Candidato Empreendedor*. O documento traz um conjunto de ações e estratégias de apoio ao empreendedorismo. São dez passos e cem atividades para colaborar com a inclusão das micro e pequenas empresas em agendas locais, o estímulo a práticas sustentáveis das empresas nos municípios, a geração de postos de trabalho e a distribuição de renda mais justa para os municípios. O guia aborda ainda o Prêmio Sebrae Prefeito Empreendedor, que reconhece as melhores iniciativas com este propósito.

www.sebrae.com.br



SITE SOBRE DIREITOS DO CIDADÃO

A proposta do site Guia de Direitos é reunir informações que potencializem e garantam os direitos da população. Para tal, busca agregar de maneira clara e descomplicada informações sobre equipamentos públicos, serviços e programas disponíveis gratuitamente ou a baixo custo, geridos pelo governo ou por organizações não-governamentais da cidade de São Paulo, nas áreas de educação, saúde, trabalho, renda, cultura, lazer, segurança, justiça e cidadania. Por trás do levantamento realizado para a elaboração do site está o entendimento de que serviços e equipamento públicos são responsabilidade do Estado e, por esta razão, devem ter qualidade e não podem ser tratados de modo assistencialista. A transparência em relação às informações sobre o funcionamento, o que devem oferecer, como acessá-los e a quem recorrer caso os serviços e equipamento públicos não funcionem são fundamentais para a construção da cidadania. O site é parte do Projeto NEV-Cidadão, realizado pelo Núcleo de Estudos da Violência da Universidade de São Paulo (NEV-USP) e pela Cátedra Gestão de Cidades (Metodista), com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa de São Paulo (Fapesp).

www.guiadedireitos.org

3º CONCURSO APRENDER E ENSINAR ESTÁ COM INSCRIÇÕES ABERTAS

Estão abertas as inscrições para o Concurso Aprender e Ensinar – Tecnologias Sociais, que está em sua terceira edição e busca reconhecer, apoiar e disseminar o uso de tecnologias sociais na educação. Podem se inscrever professores da Educação Básica, vinculados à rede pública, institutos federais, escolas técnicas públicas e espaços não formais de educação, como EJA e ONGs. Ao todo, seis professores serão premiados com uma viagem para participar do Fórum Social Mundial 2013, entre os dias 23 e 28 de março, em Tunis, na Tunísia. Além disso, serão selecionados 64 finalistas, que irão a Brasília participar de seminário sobre tecnologia social na educação, com todas as despesas pagas. Os finalistas ainda receberão um tablet e um troféu.

www.aprenderensinararts.com.br



COOPA-ROCA

A **Cooperativa de Trabalho Artesanal e de Costura da Rocinha** (Coopa-Roca) capacita, coordena e gerencia o trabalho de mulheres moradoras da Rocinha, no Rio de Janeiro, que produzem peças artesanais focadas no mercado da Moda e do Design. Foi criada no início da década de 1980 com a missão de gerar condições para que suas cooperadas trabalhassem em suas residências e, assim, ampliassem o orçamento familiar sem se afastarem do cuidado de seus filhos e das atividades domésticas. O trabalho desenvolvido na Coopa-Roca possibilita uma melhoria da qualidade de vida das artesãs e de suas famílias. Além disso, também tem proporcionado melhorias na qualificação profissional, no crescimento da autoestima e no aprendizado coletivo. Com um enfoque profissional que valoriza a produção artesanal apoiada no aperfeiçoamento constante das cooperadas, a cooperativa visa a ampliar o impacto social de sua experiência na Rocinha, tornando-se referência no processo de inserção das comunidades de baixa renda. Hoje, a cooperativa soma aproximadamente 100 artesãs.

 www.coopa-roca.org.br



NÓS DA TRAMA

Sediada em Araruama, no Rio de Janeiro, a **Cooperativa de Tecelagem Manual Nós da Trama** originou-se de um pequeno grupo de mulheres interessadas na arte da tecelagem com a ideia de inovar na criação de tecidos. Inovar era – e ainda é – a palavra-chave da cooperativa, que une a técnica da tecelagem manual com seus velhos e primitivos teares de madeira, entrelaçando materiais naturais e sintéticos, produzindo texturas diferentes de grande originalidade e beleza. Fios e fibras de algodão, linho, lã e seda com rafia ganham formas, desenhos e cores inusitadas nas mãos das tecelãs da cooperativa comandada por Regina Righi, uma das fundadoras. Além de confeccionar bolsas, roupas e acessórios para grifes famosas, a entidade também já produziu tecidos para filmes e novelas de época da Rede Globo, como *Terra Nostra* e *A Força de um Desejo*.


 www.nosdatrama.com.br





CARAS DO BRASIL

O **Caras do Brasil** é um programa de comercialização para pequenos produtores de manejo sustentável, incentivando o comércio ético e solidário, a geração de renda, o respeito ao meio ambiente e a inclusão social. O programa busca valorizar a cultura local por meio da exposição de produtos desenvolvidos por comunidades e organizações de todo o Brasil. A linha de produtos é composta de alimentos, objetos de decoração e peças artesanais, que são levados aos grandes centros consumidores e vendidos nas prateleiras das lojas Pão de Açúcar. Entre os fornecedores estão associações e cooperativas, como: Artesanato Solidário (ArtSol); Associação para Desenvolvimento, Educação e Recuperação do Excepcional (Adere); Associação das Artesãs Marianas (Cestaria Botânica); e Cooperativa Tacaratu.

 www.carasdobrasil.com.br

COOPRAP

A **Cooperativa de Produtores e Produtoras Rurais da Área de Proteção Ambiental do Pratigi** (Cooprap) foi fundada em outubro de 2005, em Nilo Peçanha, na Bahia, e tem como finalidade aumentar a renda das famílias associadas à cooperativa. Além da produção de utensílios domésticos e de decoração, é pioneira na produção de bijoias, isto é, peças como braceletes, colares, brincos e pulseiras feitas a partir de materiais orgânicos, como a piaçava. Desde 2008, a Cooprap conta com apoio da Fundação Banco do Brasil que, à época, investiu R\$ 100 mil no projeto. O recurso foi utilizado para a construção de uma unidade produtiva de artesanato, para a aquisição de equipamentos e para a capacitação dos artesãos.

 www.cooprap.com.br





É NO VAZIO DOS JARROS QUE SE PÕE AS FLORES

Certa vez ouvi um provérbio oriental que me causou uma estranheza inicial, seguida de uma honesta sensação de coerência. Ele sugere que é no vazio do jarro que se põe as flores. Esvaziar para preencher. Morrer para nascer. Nutrir a metamorfose, ou ainda, em sua etimologia, permitir que a forma evolua.

Pois bem. Este texto nasce em um desses momentos em que a luz é dirigida à conclusão de ciclos e ao início de novas jornadas. Em meados de 2012, o Canto Cidadão, ONG que ajudei a fundar e ainda dirijo, celebra dez anos de existência. Ainda, a revista que abraça estas palavras assume novas características, mantendo o jarro e plantando novas sementes. Por fim, mas não menos importante, nasce o Instituto Filantropia, motivado pelo apreço por causas relacionadas ao desenvolvimento humano e social.

Lembrando que comemorar é lembrar em conjunto, sinto que são muitos os motivos de celebração do vivido, fator primordial da motivação e inspiração para o porvir. Marguerite Yourcenar, ensaísta belga, lembra que o nosso verdadeiro local de nascimento é quando, pela primeira vez, lançamos um olhar sincero sobre nós mesmos. Se o primeiro olhar sincero é o parto, os seguintes olhares sinceros são parte de nossa educação e desenvolvimento. A cada nova mirada repleta dos necessários lucidez e afeto, percebemos o quanto podemos melhorar. Talvez sejamos muito menos do que afirmamos no tempo presente, mas posamos muito mais do que imaginamos

no tempo futuro. Para tanto, repito: há de se esvaziar para plantar.

Mais palavras vindas da sabedoria popular: um homem caminhava por uma estrada quando, ao longe, percebeu dois trabalhadores rurais executando uma tarefa. Intrigado pelo procedimento, parou para observar mais atentamente. Surpreendeu-se até se sentir incomodado com o que via. Decidiu se aproximar para ter certeza daquilo que seus olhos não queriam acreditar. Quando chegou perto, confirmou sua suspeita: um ia à frente abrindo um pequeno buraco no solo quente, enquanto o outro, um passo atrás, fechava o buraco. “Por que vocês estão fazendo isso?”, perguntou o curioso transeunte. Pronta e peremptoriamente, um dos matutos respondeu: “A gente tá fazendo o nosso serviço. Não temos culpa que o colega que põe as sementes faltou”. Calor de sobra e parca luz, como já escreveu Eduardo Giannetti em seu livro “Felicidade”.

Quando se completa um ciclo, ou ainda, quando se sente que um ciclo se completou e as novidades pedem espaço, parece saudável retornar às causas, especialmente para não ser presa fácil das consequências. A velocidade só parece se justificar se trazer consigo uma justa relação com a direção que se supõe correta. Um comercial de peça automobilística dizia que a potência não é nada sem controle. Talvez a alta velocidade destituída da direção correta construa algo com a mesma natureza nociva. A tristeza dos resultados dessas fórmulas parece se dar por duas vias: autoengano, por teimar

em não perceber que o caminho traçado foi abandonado (normalmente as justificativas aparentemente nobres não são poucas); perda de coerência pela entrega à repetição, ou seja, o abandono da direção proposta gerando o mais do mesmo (tão nocivo quanto quando políticos que se opõem há décadas decidem se abraçar sarcasticamente para vencer uma eleição).

Desde menino eu e a montanha russa não nos entendemos bem. Poucos episódios de experimentação me causaram profundo arrependimento. Entretanto, a reconciliação veio em forma de analogia. Agradeço ao brinquedo radical pela possibilidade de perceber a imagem que descrevo agora. Suponho que o leitor já tenha passado dos 18 anos de vida. Assim, já estamos, uns há mais tempo que outros, imersos na vida adulta, repleta de desafios e oportunidades. Memórias, dilemas e decisões misturadas. A subida da montanha russa se parece com a infância e a adolescência. O tempo parece preguiçoso, instigando o nosso desejo de chegar à maioridade. Quando, enfim, entramos na ciranda das responsabilidades inerentes a quem é gente grande, parece que estamos na parte da descida do brinquedo, com velocidade crescente, curvas acentuadas, viradas de ponta cabeça, sustos, emoções, medo, gozo. Se a rotina do que chamamos de modernidade ou pós-modernidade é marcada pela aceleração contínua (ou liquidez, na expressão de Zygmunt Bauman), resta a possibilidade de torná-la significativa pela observação e, sempre que necessário, pela humildade inteligente e corajosa de se ajustar a direção, custe o que custar.

Jarros que se acomodam em estantes bonitas podem se tornar masmorras para a beleza virtuosa das flores, plastificando-as. Corre-se o risco, enfim, de se gravar no frasco, gradativamente, as incômodas palavras de meu poeta favorito, um certo Pessoa que viveu em terras lusitanas: “às vésperas de não partir nunca ao menos não há que arrumar malas”. Como não desejo tal sina medíocre a ninguém, proponho um brinde ao novo, de novo e sempre. 🍷

Seteco há 45 anos agregando valor na gestão de negócios

A competência de uma organização pode ser medida pela qualidade e grau de exigência, quanto a coerência e precisão de um trabalho contábil.

Dedique-se ao seu negócio e terceirize com a **SETECO**, especializada nos segmentos indústria, comércio, serviços e terceiro setor.

- ✓ Terceirização contábil, fiscal e trabalhista (Outsourcing)
- ✓ Prevenção e mitigação de riscos (Compliance)
- ✓ Automação, integração e administração de controles internos (BPO)
- ✓ Consultoria empresarial e tributária (Tax)
- ✓ Sistema Integrado de Gestão (ERP)
- ✓ Imposto de renda pessoa física
- ✓ Abertura de empresa e alterações contratuais



TRANSFORME UMA IDEIA EM AÇÃO!

Venha conhecer de perto organizações sociais de todo o Brasil e faça sua parte!



EVENTO SEM FINS LUCRATIVOS



LIVRE PARA TODOS OS CÍVICOS

ONG Brasil

O MAIOR EVENTO BRASILEIRO SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL

- 500 organizações sociais em exposição
- 196 palestras – fóruns e debates gratuitos
- Oficinas culturais e apresentações artísticas
- Voluntariado
- Participação da Feira Preta – o melhor do empreendedorismo e da cultura negra
- Feira de adoção de animais

UM OFERECIMENTO

UMA PARCERIA



Secretaria-Geral da Presidência da República



6 - 8 Dezembro

Expo Center Norte • São Paulo

Quinta e sexta: 12h às 20h • Sábado: 10h às 16h

2012

ENTRADA GRATUITA

Faça seu pré-credenciamento online e evite filas: www.ongbrasil.com.br

Apoio:



Promoção e Divulgação:



Parceiros de Mídia:



Cia. Aérea Oficial:



Realização:

