

RESPONSABILIDADE SOCIAL : ESTRATÉGIAS PARA CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS.

Laryssa De Almeida Donato *

RESUMO

A Responsabilidade Social tem sido um tema muito discutido no meio empresarial, pois muitas empresas estão se utilizando desta prática através de diversos programas na área social a fim de demonstrar, principalmente, sua função social perante a comunidade em que está inserida, e fortalecendo sua imagem no mercado. As empresas que possuem um comportamento socialmente responsável são protagonistas de mudanças, trabalhando junto com o governo e a sociedade civil. Ser socialmente responsável é muito importante e implica em adotar uma conduta ética em todas as atividades e contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades e do meio ambiente. Explanou-se nesse trabalho, alguns conceitos teóricos e significativos para uma melhor compreensão do tema responsabilidade social : desenvolvimento sustentável, voluntariado, investimento social, balanço social e formas de captação de recursos. Quanto ao objetivo, a pesquisa será exploratório, quanto aos procedimentos técnicos a serem utilizados, a pesquisa foi do tipo bibliográfica.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Captação de recursos. Responsabilidade Social.

1 INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social tem sido um tema muito discutido no meio empresarial, visto que muitas empresas têm se utilizado desta prática através de diversos programas na área social, procurando demonstrar principalmente sua função social perante a comunidade em que está inserida e fortalecendo sua imagem no mercado.

O desenvolvimento e o financiamento de programas sociais estão sendo amplamente utilizados pelas empresas como uma maneira de fazer com que ambas as partes saiam ganhando. As empresas estão

investindo mais em questões sociais, porque isso significa ganhar a preferência do consumidor, ter suas ações valorizadas no mercado, contar com os melhores parceiros, representando ganho em termos de negócio. Houve, por parte dos consumidores, uma enorme conscientização sobre seu poder de persuasão diante das grandes empresas, forçando-as a adquirir e alterar sua postura e desenvolver um maior compromisso social.

Esse compromisso social regulariza as empresas como agentes de promoção social e aumenta

* Formada em Administração de Empresas pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e acadêmica do curso de Direito, 8º período, pela FACISA.

E-mail: laryssa_donato@hotmail.com

a credibilidade entre essas e a sociedade.

A responsabilidade social é, para alguns sociólogos, a forma de retribuir a alguém por algo alcançado ou permitido, modificando hábitos e costumes ou perfil do sujeito ou local que recebe o impacto.

Segundo CAMARGO et al. (2001) “é a adoção e disseminação de valores, condutas e procedimentos positivos dos pontos de vista ético, social e ambiental. Implica estreitamento do vínculo das empresas com as comunidades”.

Já a responsabilidade social corporativa, pode ser entendida como sendo um conjunto amplo de ações que beneficiam a sociedade e as corporações que são adotadas pelas empresas, observando a economia, educação, meio-ambiente, saúde, transporte, moradia, atividade locais e governo, essas ações otimizam ou criam programas sociais, ocasionando benefício mútuo entre a empresa e a comunidade, melhorando a qualidade de vida dos funcionários, quando da sua atuação, da empresa e da própria população.'

2 O TERCEIRO SETOR : HISTÓRICO

A palavra Terceiro Setor é uma tradução da expressão Third Sector, utilizada para definir as diversas organizações que não possuem vínculos diretos com o Primeiro Setor (Público, o Estado) e o Segundo Setor (Privado, o Mercado).

O terceiro setor tem sua origem na junção de diversos fatores e esta é uma das razões pelas quais as organizações com objetivos e estruturas tão diferentes estão colocadas sob um mesmo patamar. No Brasil, o terceiro setor não é uma realidade nova, ele sempre existiu. Tradicionalmente, existiam aquelas associações ligadas à Igreja ou associações filantrópicas e beneficentes, como as Santas Casas. A partir da década de 70 começou a surgir uma sociedade mais interessada no desenvolvimento e na

mudança social. O Terceiro Setor assume um caráter diferente em termos do seu papel na sociedade e na própria relação com o Estado. As diversas mudanças ocorridas nos últimos 30 anos no mercado e na sociedade, levaram a uma nova distribuição das funções de cada um no alcance do bem comum onde a sociedade civil assumiu novas responsabilidades pela proteção e defesa de direitos, antes exclusivos do Estado, diante do fato que até aquele momento, a empresa privada (Segundo Setor) acreditava que sua função social era limitada ao pagamento de impostos e a geração de empregos.

Nos anos 90, as organizações perceberam a importância de se reorganizar e formar parcerias. No meio dessas transformações, do reposicionamento do papel do Estado e do fortalecimento da sociedade civil, muitas empresas privadas resolveram incluir, em seus objetivos institucionais, a chamada “Responsabilidade Social”.

No Brasil e na América Latina, se utiliza a expressão “sociedade civil”. Esse conceito tem origem no século XVIII. Naquele tempo, designava um plano intermediário entre o Estado e a natureza pré-social, e inicialmente incluía as organizações particulares que interagem na sociedade, limitadas pelos sistemas legais nacionais. A sociedade civil também pode ser compreendida como um conjunto de associações e organizações livres, não pertencentes ao Estado e não econômicas que, no entanto, possuem comunicação com o campo público e com os componentes sociais.

A expressão “organizações da sociedade civil” vem sendo utilizada como um conjunto de instituições que se distingue do Estado e do mercado.

As organizações que fazem parte do terceiro setor possuem características comuns, que se manifestam em seus programas e projetos de atuação:

> Fazem oposição às ações do governo: os bens e serviços públicos resultam da atuação do Estado e

também da multiplicação de varias iniciativas particulares.

> Fazem oposição às ações do mercado : abrem o campo dos interesses coletivos para a iniciativa individual.

> Fornecem maior dimensão aos elementos que as compõem : realçam o valor político e econômico das ações voluntárias sem fins lucrativos.

> Projetam uma visão integradora da vida pública: enfatizam a complementação entre ações publicas e privadas.

Estão situadas no terceiro setor as chamadas ONGs e as entidades sem fins lucrativos em geral que podem ser de assistência social, assistência educacional, assistência à saúde, ao meio ambiente, religiosas e outras, que prestam serviços de interesse público.

O aparecimento das ONGs se manifestou mais enfaticamente nas décadas de 60 e 70, provenientes das “comunidades de base” (CASTRO, 1999, p.8), em oposição ao Estado autoritário. As ONGs tiveram características diferentes das entidades constituídas pela classe trabalhadora ou pelas instituições ligadas à Igreja, elas surgiram como alternativa às entidades assistencialistas, colocando-se como o voluntariado “combativo” (CASTRO, 1999, p. 8), em que se opunham a uma situação estabelecida. Propunham soluções para transformar a sociedade e não aceitavam aliar-se ao setor público nem ao privado.

Por fim, existem, ainda, as entidades sem fins lucrativos cujo trabalho é voltado para seus próprios sócios e que dispõem de legislação própria, como órgãos de classe, clubes esportivos, partidos políticos, sindicatos, escolas particulares etc.

Esse contexto histórico auxilia-nos a conhecer um pouco do Terceiro Setor. Os autores no entanto, são unânimes ao afirmar que a característica desse movimento é emergir de movimentos populares,

sendo organizados por aqueles que no seu cotidiano presenciam o problema predominante (CAMARGO et al. 2001; HUDSON, 1999).

2.1 CONCEITOS E DEFINIÇÕES

Para Castro (1999), o terceiro setor é a esfera da sociedade composta por organizações sem fins lucrativos nascidas da iniciativa voluntária, objetivando o benefício público, atuando de forma integrada com os setores público e privado.

Segundo Salamon (1997, p. 93), “a diversidade das organizações que compõem o terceiro setor pode não ser percebida como algo positivo, pois por falta de um conceito unificador, o todo vem parecer menor que as partes constituintes.

No entanto, mesmo com as diversas definições que podemos encontrar sobre Terceiro Setor, existe uma que é muito difundida e utilizada. Sugerida por Salamon e Anheier, em 1992, trata-se de uma definição estrutural/operacional, composta por cinco atributos estruturais ou operacionais, que distinguem as organizações do Terceiro Setor de outros tipos de instituições sociais. São eles:

> Formalmente constituídas : alguma forma de institucionalização, legal ou não, com um nível de formalização de regras e procedimentos, para garantir sua permanência por um período mínimo de tempo.

> Estrutura básica não governamental : são privadas, ou seja, não são ligadas institucionalmente a governos.

> Gestão própria : é aquela que realiza sua própria gestão, não sendo controladas externamente.

> Sem fins lucrativos : nela a geração de lucros ou excedentes financeiros deve ser reinvestida integralmente na organização. Estas entidades não podem distribuir dividendos de lucros

aos seus dirigentes.

> Trabalho voluntário : possui algum grau de mão-de-obra voluntária, ou seja, não remunerada.

Dentre as diferentes entidades que compõem o terceiro setor estão as ONGs (Organizações Não Governamentais), entidades filantrópicas, OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), organizações sem fins lucrativos e outras formas de associações civis sem fins lucrativos. Essas entidades devem ser obrigatoriamente autônomas e possuir administração própria. Tal afirmação, no entanto, poderia levar a conclusão que entidades privadas, poderiam ser consideradas organizações não-governamentais, o que é errôneo. As ONGs estão voltadas para a transformação da sociedade e devem atuar em atividades como: educação, saúde, defesa de minorias, cultura, ecologia entre outras.

O principal elemento que caracteriza o terceiro setor, segundo Melo Neto e Froes (1999) é o foco no bem-estar público e no interesse comum, tendo como questões centrais a pobreza, a desigualdade e a exclusão social. Participam do terceiro setor as empresas privadas, o Estado, as ONGs e a sociedade civil, atuando tanto em nível comunitário quanto da base.

Kanitz, em 2002, fez uma divisão bastante sofisticada entre as organizações do terceiro setor. São elas:

- Entidades beneficentes: são as operadoras de fato, cuidam dos carentes, idosos, meninos de rua, drogados e alcoólatras, órfãos e mães solteiras; protegem testemunhas, ajudam a preservar o meio ambiente; educam jovens, velhos e adultos; profissionalizam; doam sangue, merenda, livros, sopão; atendem suicidas; dão suporte aos desamparados; cuidam de filhos de mães que trabalham fora; ensinam esportes; combatem a violência; promovem os direitos humanos e a

cidadania; reabilitam vítimas de poliomielite; cuidam de cegos, surdos, mudos, surdos-mudos, enfim fazem tudo;

- Fundos comunitários: Community Chests são muito comuns nos Estados Unidos. Em vez de cada empresa doar para a entidade, todas as empresas doam para um fundo comunitário, sendo que os empresários acompanham, avaliam, estabelecem prioridades e supervisionam efetivamente a distribuição dos recursos;

- Entidades sem fins lucrativos: muitas entidades sem fins lucrativos são, na realidade lucrativas ou atendem interesses dos próprios organizadores. Um clube esportivo, por exemplo, não tem fins lucrativos, mas as vezes, beneficia somente seus sócios. Muitas escolas, universidades e hospitais eram, no passado, sem fins lucrativos somente no nome;

- ONGs (Organizações Não Governamentais): nem toda entidade beneficente ajuda prestando serviços a pessoas diretamente. Uma ONG que defenda só direitos da mulher, fazendo pressão sobre nossos deputados, está ajudando indiretamente todas as mulheres. Nos Estados Unidos, esta categoria é chamada de Advocac Groups, isto é, organizações que lutam por uma causa. Lá, como aqui, são muito poderosas politicamente;

- Elite filantrópica: ao contrario de Ted Turner, Bill Gates, dos cinqüenta e quatro bilionários que o Brasil possui, somente dois são considerados bons parceiros do terceiro setor. A maioria dos doadores pessoas físicas são da classe média. Esta tendência continua na classe mais pobre. Quanto mais pobre, maior a porcentagem da renda doada como solidariedade;

- Empresas doadoras: atuam como parceiras do terceiro setor, através de doações ou financiando programas;

- Fundações: são instituições que financiam o

terceiro setor, fazendo doações às entidades beneficentes. No Brasil, têm-se também as fundações mistas, que doam para terceiros e ao mesmo tempo executam projetos próprios. Existem poucas fundações no Brasil. Depois de cinco anos, o GIFE (Grupo de Instituições, Fundações e Empresas), com heróico esforço, conseguiu 66 fundações com parcerias. No entanto, muitas fundações no Brasil têm pouca atuação social. Devido à inflação, seqüestros de dinheiro e congelamentos, a maioria das fundações não tem fundos. Vivem de doações anuais das empresas que as constituíram. Em épocas de recessão, essas doações minguam, justamente quando os problemas sociais aumentam. O conceito de fundação é, exatamente, o de acumular fundos nos anos bons para poder usá-los nos anos ruins.

Segundo Andrés Falconer (1999, p.41), as organizações do terceiro setor no Brasil podem ser também:

- Igrejas e Instituições Religiosas : a igreja, principalmente a católica, teve e tem papel decisivo na formação do terceiro setor no Brasil. As Santas Casa foram pioneiras na área e, após a proclamação da República, quando ocorreu a separação entre Estado e Igreja, tornaram-se as primeiras organizações sem fins lucrativos do país. Instituições ligadas a igrejas protestante, espíritas e afro-brasileiras também têm desenvolvido papel importante na formação do terceiro setor no país, ainda que numericamente sejam menores.

- Fundações Empresariais : trata-se da “cidadania empresarial” ou “filantropia empresarial”. No país não se faz distinção entre fundações independentes (não ligadas a grupos empresariais) e fundações empresariais (consideradas do terceiro setor por estarem formalmente ligadas a empresas, sendo controladas por elas).

Salamon (1997, p.29), aborda que a participação do Estado e do terceiro setor promove as

mudanças sociais necessárias à sociedade. E que a capacidade do terceiro setor se deve a filantropia, aos acordos do Estado com organizações sem fins lucrativos, e as parcerias das empresas com a sociedade civil. “Nesse sentido, o terceiro setor funciona como um precursor e tradutor de anseios e propostas da sociedade em relação à atuação do Estado”.

O difícil entendimento com relação às atuações do primeiro, segundo e terceiro setor, estão envolvidos nos processos de ações sociais. É provocado pela globalização, segundo Grayson e Hodges (2002, p.39), “a relação entre setor público, o empresarial e a sociedade é fluida. Uma das conseqüências das forças globais de mudanças da última década foi a indefinição dos limites entre os setores, pois cada um deles assimilou algumas das características dos outros”.

Salamon (1997, p.30), no entanto, identifica peculiaridades nesses mesmos elementos: “as organizações da nova sociedade civil têm função própria no processo do desenvolvimento social, e não apenas um papel que possa ser definido a partir das atribuições que, em principio, são do Estado. O terceiro setor, portanto, tem importância própria, mas não vem substituir o que é de atribuição do estado”. Para ele, existe a necessidade de aprendizado para: economia viável, justiça social e sustentabilidade ambiental, pois “o social constitui uma dimensão de todas as atividades: saúde, educação, habitação, lazer, uma forma de indústria, de pensar no desenvolvimento urbano, de organizar comércio”. E reza a articulação entre as partes: “cabe ao Estado cumprir seu papel e às empresas pensarem no seu público de forma social”.

As empresas e as ONGs têm assumido responsabilidades antes exclusivas do setor público e, ao mesmo tempo, precisam ajustar interesses e preocupações de diferentes stakeholders. Os

stakeholders podem ser definidos como as pessoas ou grupos, os proprietários, um direito ou um interesse sobre as atividades de uma empresa, passadas, presentes e futuras. A participação efetiva e mais pró-ativa dos *stakeholders* se faz necessária para viabilizar as ferramentas de responsabilidade social.

2.2 LEGISLAÇÃO

As Organizações sem fins lucrativos, atualmente chamado de Terceiro Setor, surgiram com o Código Civil Brasileiro de 1916. Todas as organizações que compõem o terceiro setor são sem fins lucrativos, podendo ser fundações, associações ou institutos. A diferença está no fato de que as fundações são as instituições que financiam o Terceiro Setor, fazendo doações às entidades beneficentes. No Brasil, temos também as fundações mistas que doam para terceiros e ao mesmo tempo executam projetos próprios, ou seja, o conceito de fundação é acumular fundos nos anos bons para poder usá-los nos anos ruins. Já as associações e institutos, não possuem o capital, apenas um objetivo em comum.

As entidades que fazem parte do terceiro setor podem ter as mais diversas personalidades jurídicas, tais como fundações públicas ou privadas, associações ou sociedades civis, cooperativas ou cooperativas sociais. Após ser constituída mediante estatuto, as organizações podem requerer títulos ou qualificações que lhes garantam benefícios diferentes.

Os principais títulos e certificados concedidos pelo poder público às entidades de interesse social são:

- Organizações sociais (Lei 9.637/98)

É uma qualificação, um título, que a Administração cede a uma entidade privada, sem fins lucrativos, para que ela possa receber determinados benefícios do Poder Público (dotações orçamentárias,

isenções fiscais etc.), para a realização de seus fins, que devem ser necessariamente de interesse da comunidade.

A Lei federal nº. 9.637/ 98, concede ao Poder Executivo, desde que sejam atendidos todos os requisitos dessa lei, qualificar como organizações sociais pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, cujas atividades sociais sejam dirigidas ao ensino, à pesquisa científica, ao desenvolvimento tecnológico, à proteção e preservação do meio ambiente, à cultura e à saúde.

- Registro no Conselho Nacional de Assistência Social (CNAS)

É o órgão responsável pela regulamentação da política nacional de assistência social. É ele o órgão responsável pela concessão do Certificado de Fins Filantrópicos às entidades que prestam assistência social.

- Certificado de Filantropia (Resolução 177 do CNAS)

Este certificado isenta, perante o INSS, o pagamento da cota patronal das entidades assistenciais e de benemerência. A Constituição de 1988 restringiu expressamente o benefício às entidades beneficentes de assistência social.

- Título de Utilidade Pública Federal – Decreto nº 50.517/61

Determina as regras pelas quais as sociedades são declaradas de utilidade pública pelo governo federal. Dessa forma, as sociedades civis, as associações e as fundações constituídas no País com o fim exclusivo de servir desinteressadamente à coletividade, devem seguir os preceitos estabelecidos por esse decreto.

- Título de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSICIP)

É um título fornecido pelo Ministério da Justiça do Brasil, cuja finalidade é facilitar o aparecimento de parcerias e convênios com todos os níveis de governo

e órgãos públicos e permite que doações realizadas por empresas possam ser descontadas no Imposto de Renda. Uma ONG, essencialmente é uma OSCIP, no sentido representativo da sociedade, mas OSCIP trata de uma qualificação dada pelo Ministério da Justiça no Brasil.

As OSCIPs são ONGs, criadas pela iniciativa privada, que adquire um certificado emitido pelo poder público federal, para comprovar o cumprimento de certos requisitos, especialmente aqueles resultantes de normas de transparência administrativas. Logo, as OSCIPs são o reconhecimento oficial e legal das ONGs.

2.2.1 FORMAS JURÍDICAS E TÍTULOS PARA O TERCEIRO SETOR

Albuquerque (2006, p.42), entende que a legislação brasileira permite que a sociedade se organize das seguintes formas jurídicas:

- Associação : é a pessoa jurídica criada com base na união de idéias e esforços de pessoas em torno de um propósito que não tenha finalidade lucrativa. A sociedade civil também é criada pela união de pessoas, mas via de regra tem finalidade de lucro.

Diante das alterações do novo Código Civil, é importante lembrar que as organizações do Terceiro Setor constituídas como associações são entidades sem finalidade econômica, entendendo-se por finalidade o fim para o qual foi concebida.

- Organizações Religiosas: eram anteriormente enquadradas na figura jurídica de associação, passaram, por força da Lei Federal nº 10.825/03, a ser classificadas como uma terceira categoria jurídica.

O termo “instituto” é utilizado por diversas organizações, cuja característica principal é se dedicar à pesquisa, educação ou produção científica, não constituindo uma forma de organização do ponto de vista jurídico.

- Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (Cebas) : a principal vantagem é a isenção da cota patronal da contribuição da previdência incidente sobre a folha de pagamento da entidade, que dependerá de procedimento específico no INSS.

Para conseguir o registro, a entidade deve demonstrar que, nos três anos imediatamente anteriores ao pedido, esteve inscrita no Conselho Municipal de Assistência Social de sua cidade sede e registrada no CNAS.

2.3 LEIS DE INCENTIVO: FOCO PARA ORGANIZAÇÕES DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

A área de assistência social não tem recebido muitos incentivos fiscais por parte do governo, mais especificamente. A empresa doadora pode deduzir o valor da doação de seu lucro operacional, até o limite correspondente a 2% deste, para efeito de cálculo do Imposto de Renda a pagar, com base na Lei nº 9.249/95 – artigo 13, §2º – desde que a pessoa jurídica doe para entidades que prestem serviços gratuitos em benefício de seus empregados ou da comunidade onde atue. Tal doação deve ser feita a entidade brasileira, sem fins lucrativos, reconhecida como de Utilidade Pública Federal e que aplique seus recursos integralmente na realização de seus objetivos sociais. Neste caso, para que seja considerada sem fins lucrativos, não se admite a remuneração dos dirigentes da entidade. As doações devem obedecer as seguintes regras:

- > as doações são feitas diretamente à entidade beneficente;
- > a pessoa jurídica doadora deverá manter, à disposição da fiscalização, declaração em que a entidade beneficiária se compromete a aplicar integralmente os recursos recebidos na realização de

seus objetivos sociais, com identificação da pessoa física responsável pelo seu cumprimento, e não distribuir lucros, bonificações ou vantagens a dirigentes, mantenedores ou associados, sob nenhuma forma ou pretexto;

> a entidade civil beneficiária deverá ser reconhecida de utilidade pública por ato formal de órgão competente da União (PAES, 2000 p. 404).

Vale ressaltar que, segundo a pesquisa do IPEA de 1999, um número muito pequeno de empresas (8%), das 300 mil da Região Sudeste que informaram haver feito doações, recorreram às isenções fiscais permitidas pela legislação federal do Imposto de Renda de 1999 para realizar suas ações sociais. Isto deve ocorrer até por desconhecimento das leis de incentivos e pelo baixo valor a ser doado.

De qualquer forma, uma futura reforma tributária deverá abrir possibilidades para que o terceiro setor construa, a partir de suas próprias iniciativas e tendo sempre em conta sua diversidade, mecanismos mais ágeis, eficientes e criativos de obter financiamentos (fundos sociais públicos e privados, por exemplo).

Algumas organizações de assistência social já têm explorado formas inovadoras de captação de recursos. A potencialização dessas iniciativas exige mudanças legais ainda por realizar com vistas a estimular, via incentivos fiscais, a doação de recursos por pessoas jurídicas.

Até que se encontre um sistema de financiamento estatal do Terceiro Setor que assegure um fluxo regular de recursos com a equidade desejada, é necessário garantir as formas de incentivo fiscal já utilizadas, apesar das imperfeições, (COELHO, 2000) garantindo a dedução feita pelas empresas privadas.

3 EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Existe hoje por parte das empresas, sejam elas com ou sem fins lucrativos, uma necessidade de possuir um conduta socialmente responsável. O desenvolvimento e o financiamento de programas sociais, estão sendo amplamente utilizados pelas empresas como uma maneira de fazer com que ambas as partes saiam ganhando. As empresas estão investindo mais em questões sociais, porque isso significa ganhar a preferência do consumidor, ter suas ações valorizadas no mercado, contar com os melhores parceiros, representando ganho em termos de negócio. Houve por parte dos consumidores uma enorme conscientização sobre seu poder de persuasão diante das grandes empresas, forçando-as a adquirir e alterar sua postura e desenvolver um compromisso social maior.

Esse compromisso social, regulariza as empresas como agentes de promoção social e aumenta a credibilidade entre a empresa e a sociedade.

4 RESPONSABILIDADE SOCIAL

A responsabilidade social é, para alguns sociólogos, a forma de retribuir a alguém, por algo alcançado ou permitido, modificando hábitos e costumes ou perfil do sujeito ou local que recebe o impacto.

Segundo CAMARGO et al., (2001) “é a adoção e disseminação de valores, condutas e procedimentos positivos dos pontos de vista ético, social e ambiental. Implica estreitamento do vínculo das empresas com as comunidades”. Já a responsabilidade social corporativa, “é o conjunto amplo de ações que beneficiam a sociedade e as corporações que são tomadas pelas empresas, levando em consideração a economia, educação, meio-ambiente, saúde, transporte, moradia, atividade locais e governo, essas ações otimizam ou criam programas sociais, trazendo benefício mútuo entre a empresa e a

comunidade, melhorando a qualidade de vida dos funcionários, quanto da sua atuação, da empresa e da própria população.”

Uma das ferramentas para medir a responsabilidade social corporativa são os indicadores propostos pelo Instituto Ethos. Tais indicadores são compostos de questões que avaliam a relação da empresa quanto a: valores e transparência, e seu relacionamento com os seguintes públicos: governo e sociedade, público interno, meio ambiente, fornecedores, consumidores e comunidade.

5 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

As empresas que possuem um comportamento socialmente responsável são protagonistas de mudanças, trabalhando junto com o governo e a sociedade civil.

Ser socialmente responsável implica em adotar uma conduta ética em todas as atividades e contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades e do meio ambiente.

Para Melo Neto e Froes (1999, p.88);

O conceito de responsabilidade social tornou-se parte de um conceito mais amplo: desenvolvimento sustentável. Entre as dimensões do desenvolvimento sustentável, a responsabilidade social é a mais delicada de todas, pois compreende os seguintes aspectos: os direitos humanos, os direitos dos empregados, os direitos dos consumidores, o envolvimento comunitário, a relação com os fornecedores, o monitoramento e a avaliação de desempenho, e os direitos dos grupos de interesse.

Segundo a Associação de Seguradoras Britânica (ABI), citada por Grayson e Hodges (2002, p.73), as empresas que não atingem os padrões sociais, ambientais e éticos básicos correm o risco de arruinar sua reputação e saúde financeira.

Há uma conscientização maior sobre questões ambientais e desenvolvimento sustentável e o entendimento de que as companhias têm como reduzir os efeitos negativos que causam e, se quiserem, podem dar uma contribuição positiva em muitas áreas.

6 GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES E DE PROJETOS DO TERCEIRO SETOR

Para um bom funcionamento e para o cumprimento de sua missão e de seus objetivos, a gestão de organizações do Terceiro Setor é um ponto estratégico e de fundamental importância. Assim como em uma empresa ou um governo, as organizações do Terceiro Setor têm sido muito bem geridas do ponto de vista de recursos humanos, financeiros e materiais para que sejam capazes de desenvolver seus projetos e programas, estabelecer parcerias e conseguir sustentabilidade.

Como afirma Albuquerque (2006, p. 45),

“[...] a construção de projetos sociais deve ser clara para todos os agentes envolvidos nas seguintes etapas: elaboração, execução, monitoramento e avaliação. É preciso também que seja em processo participativo, que permita a contribuição de todas as partes, a fim de que o projeto leve em consideração um maior número de elementos e fatores da realidade.”

É muito importante avaliar a estrutura externa e interna, com o objetivo de verificar que fatores ou elementos influirão no trabalho a ser desempenhado dentro e fora da organização, qual o seu impacto e de que modo certas ações poderão afetar os projetos e a estrutura da instituição.

7 RECURSOS HUMANOS

Recursos humanos é o conjunto dos empregados

ou dos colaboradores de uma organização. Sua função é adquirir, desenvolver, usar e reter os colaboradores da organização. Estas tarefas podem ser realizadas por uma pessoa ou um departamento (profissionais em recursos humanos) junto aos diretores da organização.

7.1 TRABALHO NÃO REMUNERADO (VOLUNTÁRIO)

É aquele exercido por voluntários e regulado pela Lei nº 9.608/98, conhecida como Lei do Voluntariado, “atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza, ou a instituição privada sem fins lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social.”

O trabalho voluntário não gera vínculo empregatício nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária etc.. Para que seja considerado voluntário, é necessário que o trabalho não seja imposto ou exigido como contrapartida de algum benefício prometido pela entidade; seja gratuito, seja prestado pelo indivíduo isoladamente e não por organização da qual pertença; e seja prestado a entidade governamental ou privada sem fins lucrativos e voltada para objetivos públicos.

A gestão socialmente responsável deve evidenciar as metas, aspirações e valores das empresas para que as ações sejam planejadas na definição desses elementos associados à missão, e com pleno retorno de benefícios à sociedade.

O Voluntariado Empresarial esta fundamentado no desenvolvimento de uma consciência social voltada para a cidadania, sem vínculo com as relações de trabalho.

7.2 TRABALHO REMUNERADO

As organizações do terceiro setor não possuem

qualquer tratamento privilegiado pelo fato de serem entidades sem fins lucrativos. Devem assim, seguir as regras da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e das Convenções Coletivas de Trabalho ao contratar funcionários.

Existem vários tipos de trabalho remunerado, entre eles podemos citar :

- Contrato de experiência: é utilizado para verificar se o trabalhador se adapta à equipe e à entidade;
- Contrato por prazo: é aquele que vincula o empregador ao pagamento de férias, décimo terceiro salário, aviso prévio e multa de 40% sobre o FGTS. Se o vínculo for superior a um ano, o empregador é obrigado a pagar rescisão;

Trabalhadores temporários: são aqueles que são contratados nos casos de substituição de pessoal em férias, licença médica ou licença-maternidade, ou para atender a um aumento temporário ou extraordinário de atividades;

- Estagiários: é admitida a contratação de estudantes universitários, de supletivo ou curso profissionalizante para o exercício de atividade em complementação ao ensino. O estudante deve firmar com a entidade um termo de compromisso, sendo a remuneração facultativa (por meio de bolsa-auxílio). Se não existir tal remuneração, não se cria vínculo empregatício.

8 RECURSOS MATERIAIS

Os recursos materiais são os objetos utilizados nas atividades de uma organização, programa ou projeto, ou seja, mesas, cadeiras, computadores, impressoras, material de papelaria etc..

A gestão dos recursos materiais é o processo pelo qual são avaliadas as necessidades de consumo, estoque e de reposição, atentando-se para o seu armazenamento e sua utilização para que não haja falta. O principal objetivo de uma boa gestão de

recursos materiais é controlar e organizar o uso e o abastecimento para que as atividades possam ser desenvolvidas.

Podemos dividir os recursos materiais em:

- Materiais duráveis: móveis, utensílios e outros objetos cuja reposição é eventual;
- Materiais de consumo: produtos de limpeza, lâmpadas etc., cuja reposição é freqüente;
- Materiais didático-pedagógicos : utilizados em cursos, como apostilas, livros, canetas etc..

9 RECURSOS FINANCEIROS

Os recursos financeiros são as disponibilidades de caixa de uma organização. Na maioria das instituições, esses recursos são provenientes de várias fontes doadoras e podem ser compreendidos como uma das principais fontes para obtermos os resultados desejados.

10 INVESTIMENTO SOCIAL

O investimento social no Brasil, pode ser considerado um assunto novo mas, o mercado consumidor mais consciente, exigente ou mesmo ético, está crescendo muito. O investimento social agrega valor à imagem da empresa. Fabricar um produto de qualidade não é mais suficiente: o valor ético se tornou muito importante.

As empresas estão querendo ganhar o papel de que são “boas”, isto é, responsáveis socialmente, como uma forma de promover seus negócios.

O investimento social é tido como o financiamento realizado de maneira consciente, sistematizada e comprometida com o desenvolvimento social, as ações são definidas com relação às necessidades da comunidade e não com a estratégia de atuação e negócios da empresa.

O investimento social pode

“começar” com a alocação de recursos para uma causa social, mas deve tornar-se gradativamente um envolvimento real, transportando para o terceiro setor: técnicas de gerenciamento, cultura de resultados, senso de prioridade, recursos materiais e principalmente recursos humanos voluntários (MARTINELLI, 1997).

11 BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social é um documento publicado anualmente reunindo informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigida aos seus empregados e à comunidade onde está inserida, constituindo-se num diploma de qualidade para aqueles que o adotam.

Além de ser uma ferramenta para apresentar a participação da empresa no desenvolvimento social da comunidade, o balanço social é também uma forma de mostrar que a empresa possui um pensamento consciente e deseja construir um ambiente “socialmente responsável”, para enfrentar os problemas da coletividade.

12 CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Quando o assunto é captação de recursos, vários autores como Fontanella (2001) e Camargo et al. (2001) sugerem que a organização sem fins lucrativos desenvolva primeiramente um projeto, no qual será definido de maneira clara e motivadora o público beneficiário da organização e a causa a ser atendida.

O planejamento estratégico é um levantamento organizado de informações que ajudará a definir os caminhos a serem seguidos. À medida que o plano vai sendo detalhado, vai ficando mais fácil perceber onde estão as oportunidades de captação de recursos, quem são os parceiros mais adequados para cada uma das necessidades que a organização tem,

quem são as pessoas mais adequadas para apresentar o projeto para cada um dos potenciais parceiros, em que época deve iniciar a captação, entre outras coisas. .

É importante também que o planejamento seja feito ano após ano, como uma forma de avaliar o que a organização conseguiu realizar naquele ano, o que mudou no mercado, que caminhos deram melhores resultados, que caminhos não deram bons resultados, o que mudar para conseguir mais recursos, estabelecendo metas para a captação .

A captação de recursos para uma organização, não envolve apenas a captação de dinheiro, mas principalmente a captação de pessoas (voluntários) – recursos humanos, que ficarão responsáveis pela captação de materiais, de produtos, equipamentos, espaços físicos para a realização de atividades ou eventos etc..

Os voluntários são essenciais na captação de outros recursos para uma organização, já que são necessárias pessoas para fazer contatos com potenciais doadores, na organização de eventos etc.

12.1 REGRAS BÁSICAS DA CAPTAÇÃO

Todo processo de captação e mobilização de recursos é complexo e exige tempo e organização da instituição de seus membros. Por isso, há algumas regras básicas que devem ser observadas. São elas:

- A organização deve pedir: as organização precisam identificar onde os recursos se encontram e adotar estratégias para consegui-los, sempre começando pelas fontes em que estão as maiores quantias e as mais fáceis de conseguir.

É importante sempre lembrar que os doadores doam recursos não apenas porque os têm disponíveis, mas também porque estão ou são motivados a doar, e essa motivação surge quando eles têm vínculos e se identificam com o trabalho da organização;

- As pessoas desejam ajudar: as pessoas de um modo

geral possuem uma necessidade quase que instintiva de ajudar. O desafio das entidades é canalizar essa necessidade e com habilidade facilitar o processo para que as pessoas ajam com base nesse impulso de solidariedade e as entidades consigam captar os recursos que precisam;

- Peça o que você quer: um dos erros mais simples e graves cometidos por uma organização é ser modesta em seu pedido por achar que determinado valor ou recurso é razoável, parecendo subestimar a capacidade e a vontade do doador. É fundamental entender que é possível pedir de acordo com a possibilidade de cada um e conseguir o que está precisando;

- Consiga as melhores pessoas: é muito importante pedir o apoio de alguém que seja do meio em que o recurso está sendo solicitado. Por isso, as entidades do terceiro setor precisam refletir sobre quem são as pessoas-chave a ser envolvidas no trabalho da entidade e que tipo de atividade podia ser exercido com o fim de tornar o envolvimento dessas pessoas mais visível e útil;

- Construa relacionamentos: é importante que a entidade reconheça e agradeça aos seus doadores e crie oportunidades e meios para que eles compreendam e valorizem o trabalho que a sua contribuição ajudou a tornar realidade.

13 CONCLUSÕES

Diante do exposto, pode-se afirmar que as Organizações sem fins lucrativos, possuem poucos recursos para sua manutenção, e para a grandeza da sua obra social.

As pessoas que vivem nessas organizações (abrigos, asilos, orfanatos, etc.), sobrevivem com poucos recursos e por meio de algumas doações. A captação de recursos para essas organizações é difícil, uma vez que muitas pessoas (que cuidam da parte

administrativa) não conhecem as estratégias de manutenção e captação de recursos. Chegamos a essa conclusão pelas informações obtidas através de pesquisas nas mesmas (Organizações sem fins lucrativos).

Uma segunda conclusão que podemos chegar associando os conhecimentos científicos, técnicos e operacionais, é a necessidade dessas organizações terem um gestor de formação profissional em administração (porque o profissional da área com as identificações do terceiro setor, de responsabilidade social e sustentabilidade deverá ter habilidades e conhecimento para pôr em prática estratégias de captação de recursos financeiros, humanos, materiais e operacionais de maneira que venha transformar as

condições desses locais), para que este venha realizar um planejamento estratégico, tático e operacional para um melhor funcionamento dessas organizações. Uma vez que a grande maioria das pessoas que estão “a frente”, isto é, que estão trabalhando como administradoras, são despreparadas e não possuem as informações necessárias para realizar um bom trabalho.

A conclusão final deste artigo é que a escassez de informações e habilidades em alguns aspectos de gestão administrativa e captação de recursos, por parte das organizações sem fins lucrativos pesquisadas, pode estar levando a uma dificuldade em formar novas parcerias.

SOCIAL RESPONSIBILITY: STRATEGIES FOR RECEPTION OF RESOURCES FOR NONPROFIT ORGANIZATIONS.

ABSTRACT

The Social Responsibility has been a much discussed topic in the business, because many companies are used in this practice through various programs in the social area in order to demonstrate, above all, its social function in the community in which it is inserted, and strengthening its image on the market. Companies that have a socially responsible behavior are protagonists of change, working with government and civil society. Being socially responsible is very important and means to adopt an ethical conduct in all activities and contribute to the sustainable development of communities and the environment. Explained in that work, some theoretical concepts and material to a better understanding of the subject social responsibility: sustainable development, voluntarism, social investment, social and ways of fund-raising. As for the goal, the research will be exploratory, for technical procedures to be used, the search was kind of literature.

Keywords: Sustainability. Capture of resources. Social Responsibility.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Antonio Carlos Carneiro de. **Terceiro setor: historia e gestão de organizações.** São Paulo: Summus, 2006.

CAMARGO, Mariângela Franco et al. **Gestão do Terceiro Setor no Brasil.** São Paulo: Futura, 2001.

CASTRO, Jucília Vieira de. O Terceiro setor. In: **1º Módulo-Capacitação de Dirigentes, Funcionários e Colaboradores de Organizações Não-Lucrativas.** Florianópolis: Univali, 1999. 12 p.

FALCONER, Andrés Pablo. **A promessa do terceiro setor: um estudo sobre a construção do papel das organizações sem fins lucrativos e de seu campo de gestão.** 1999

FONTANELLA, Lygia. [on line] **Sustentabilidad de las Organizaciones Sin Fines de Lucro.** Global Philantropy. Synergos. Disponível em: <_ H Y P E R L I N K http://www.synergos.org/globalphilanthropy/00/sustentabilidad.htm _http://www.synergos.org/globalphilanthropy/00/sustentabilidad.htm_>.

Acesso em: 10 de abril de 2008.

GRAYSON, D; HODGES, A. **Compromisso social e gestão empresarial.** São Paulo: Publifolha, 2002.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade Social das empresas – percepção do consumidor brasileiro em 2001.** Disponível em: http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/pub

licacoes/outras_publicacoes/consumidor_2001/cons
umidor_2001.pdf e Acesso em: 17 de março de 2008.

KANITZ, S. Site institucional www.kanitz.com.br
2002.

MARTINELLI, Antônio Carlos. Empresa Cidadã:
Uma Visão Inovadora para Ação Transformadora. in:
IOSCHPE, Evelyn Berg. **3º Setor – Desenvolvimento
Social Sustentado**. São Paulo, 1997. p. 81-88.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César.
Responsabilidade social e cidadania empresarial:
administração do terceiro setor. Rio de Janeiro:
Qualitymark, 1999.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César.
**Gestão da responsabilidade social corporativa: o
caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

PAES, José Eduardo Sabo. **Fundações e Entidades
de Interesse Social: Aspectos jurídicos,
administrativos, contábeis e tributários**. 2. ed. Brasília:
Brasília Jurídica, 2000.

SALAMON, Lester. Estratégias para o
Fortalecimento do Terceiro Setor. In: IOSCHPE,
Evelyn Berg. **3º Setor – Desenvolvimento Social
Sustentado**. São Paulo, 1997. p.89-111.