

## **Imagem das Empresas Socialmente Responsáveis**

### **Ações institucionalizadas de Responsabilidade Social alavancam reputação das empresas**

Doar alimentos a grupos carentes, financiar reformas em uma instituição escolar, patrocinar um evento comunitário ou esportivo, plantar mudas de árvores... Ações isoladas como essas, de engajamento comunitário e ambiental por parte das grandes empresas, têm definido durante muito tempo o entendimento de responsabilidade social corporativa. Algumas empresas até definem erroneamente tais empreendimentos, soltos como partes de algum programa empresarial de cidadania corporativa. Porém, o que o brasileiro hoje demanda – e, sobretudo, que define com força a respeitabilidade que sente pelas empresas – está muito mais próximo de iniciativas institucionalizadas de RSE do que medidas emergenciais ou práticas avulsas de sensibilidade socioambiental.

Pesquisa da Market Analysis nas nove principais capitais do país revela que a imagem das grandes empresas melhora, e muito, quando elas desenvolvem atividades institucionais de longo prazo, antes que emergenciais, tais como parcerias com organizações sociais, criação de fundações filantrópicas ou mesmo quando elas permitem que seus funcionários tirem dias de folga para realizar trabalhos voluntários.

Das três opções de institucionalização possíveis, a parceria com ONGs ou instituições de caridade é a que mais desperta empatia pela empresa por parte do consumidor médio: sete em cada dez respondem que a imagem da empresa que faz tais parcerias melhora muito. Quando se trata de viabilizar ações de voluntariado ou formalizar uma fundação própria, o impacto positivo de reputação dessas ações continua sendo majoritariamente positivo, mas não com a força das parcerias com entidades independentes da sociedade civil. Essas diferenças parecem apontar para uma preferência entre os consumidores por iniciativas validadas externamente e que reúnam atores autônomos (como as ONGs ou instituições de caridade), capazes inclusive de dar um aval objetivo tanto nas intenções como nos resultados concretos obtidos a partir do investimento social das corporações.

Quem reage mais favoravelmente a esta opção de RSE institucionalizada? Embora o apoio seja alto, nem todos os consumidores demonstram a mesma sensibilidade. Algumas características pessoais, como o grau de interesse por assuntos de cidadania corporativa ou o engajamento em conversas sobre a conduta das empresas, claramente apontam diferenças importantes. Assim, o efeito positivo de estabelecer parcerias é muito mais intenso entre aqueles que expressam alto interesse por RSE (72%) do que entre os que permanecem desinteressados (58%), e o mesmo ocorre entre aqueles que se envolvem muito freqüentemente em conversas sobre o comportamento das empresas (79%) e aqueles que permanecem apáticos (67%).

Mas não se trata apenas de quem já está predisposto culturalmente a dar valor a tais ações. Por exemplo, quem acha que o governo deveria intervir mais para estimular ações de sustentabilidade socioambiental das empresas está menos predisposto a transferir uma boa imagem para aquelas empresas parceiras de instituições da sociedade civil. Em outras palavras, desenvolver parcerias de sucesso com ONGs pode resultar, também, em uma

### **Rápidas legais e contábeis**

#### **Atenção à Contabilidade**

O valor do superavit do exercício das entidades sem fins lucrativos deve ser registrado na conta “Superavit do Exercício”, enquanto não aprovado pela assembléia dos associados e, após a sua aprovação, deve ser transferido para a conta “Patrimônio Social”. Na aplicação das normas contábeis, a conta “Capital” deve ser substituída por “Patrimônio Social”, integrante do grupo Patrimônio Líquido, e a conta “Lucros ou Prejuízos Acumulados” por “Superavit ou Deficit do Exercício”.

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

#### **Pensão Especial**

A instrução normativa nº 30, de 15 de julho de 2008, estabelece a pensão instituída pela medida provisória 373/2007, convertida na lei nº 11.520/2007. Assim sendo, o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) definiu os procedimentos para o processamento, a manutenção e o pagamento da pensão especial mensal a pessoas atingidas pela hanseníase, submetidas a isolamento e internação compulsórios em hospitais-colônia até 31 de dezembro de 1986. A pensão deve ser solicitada à Secretaria Especial de Direitos Humanos e pode ser acumulada com outros benefícios previdenciários e assistenciais.

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

### **Serviços**

#### **Cooperação entre países em desenvolvimento**

O Programa África-Brasil de Cooperação em Desenvolvimento Social, com o objetivo de facilitar a implementação de políticas sociais, tornou seu site bilíngüe, com o conteúdo em inglês e português. O programa, resultado de uma parceria entre o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, o Ministério Britânico para o Desenvolvimento Internacional e o Centro Internacional da Pobreza, é inspirado em um projeto-piloto de cooperação entre Brasil e Gana assinado em 2007. O site é uma ferramenta que visa promover uma crescente modalidade de cooperação técnica internacional e disseminar o conhecimento sobre a cooperação entre o

estratégia que minimize incentivos para o governo intervir e regulamentar a esfera de atuação corporativa.

Um último dado relevante é que a opção de formar parcerias com ONGs redundava em benefícios de imagem, tanto para consumidores que trabalham em empresas de pequeno e médio portes, como para aqueles empregados de corporações com mil ou mais funcionários. É, nesse sentido, a alternativa que reúne o maior consenso sem importar o âmbito de trabalho do entrevistado (já as outras duas opções tendem a ser privilegiadas particularmente por aqueles que trabalham para as maiores corporações do país).

Naturalmente fica pendente a resposta sobre que tipo de parceria e quais ONGs e instituições de caridade emergem como as opções mais coerentes para uma determinada empresa ou setor. Empresas líderes da sustentabilidade em setores geralmente questionados pelo seu impacto ambiental, como o petroleiro e o químico, ou pelo seu baixo impacto social, como o bancário, têm sido capazes de resolver essa questão de maneira competente, consultando seus diferentes stakeholders e conhecendo os valores e objetivos priorizados pelas potenciais parceiras. Uma das conseqüências de tais decisões é que esses pioneiros da RSE conseguem capitalizar positivamente suas ações institucionalizadas em reputação corporativa, mesmo quando o setor como um todo é visto de modo crítico.

### **O quanto a sua impressão sobre uma empresa melhora quando você descobre que a empresa**

Faz parcerias com ONGs ou com instituições de caridade	<b>70%</b>
Permite que funcionários tirem folga para realizar trabalho voluntário para instituições de caridade ou entidades comunitárias	<b>59%</b>
Criou sua própria fundação filantrópica	<b>55%</b>

#### **Ficha técnica:**

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

#### **Market Analysis**

www.marketanalysis.com.br  
info@marketanalysis.com.br  
(48) 3234-5853

#### **Ficha técnica**

*Entrevistas pessoais por amostragem probabilística realizadas com 805 adultos (18 a 69 anos) nas nove principais capitais do Brasil: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Brasília e Goiânia. Dezembro, 2007.  
Margem de erro: ± 3,45%.*

Brasil e os países africanos.  
[www.undp-povertycentre.org/africa-brazil](http://www.undp-povertycentre.org/africa-brazil)

#### **Responsabilidade Social das Empresas**

Com o objetivo de discutir a responsabilidade socioambiental nas universidades do Brasil, o Instituto Ethos, em parceria com a Editora Peirópolis, lançou o 6º volume da obra Responsabilidade Social das Empresas – A contribuição das universidades (289 págs., R\$ 32). Na publicação, estão os trabalhos finalistas da sétima edição do Prêmio Ethos-Valor, em que alunos de graduação e pós-graduação apresentam estudos sobre sustentabilidade. O livro reflete o diálogo entre o meio acadêmico e o meio corporativo, e também aprofunda a reflexão sobre o conceito de responsabilidade social.  
[www.editorapeiropolis.com.br](http://www.editorapeiropolis.com.br)  
[www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)

#### **Agenda do Terceiro Setor**

##### **Dezembro**

- 16 BPO - Terceirização de Processos de Negócios
- 19 Gestão contábil e financeira para a atuação com transparência

##### **Janeiro**

- 21 Treinamento: Inteligência Competitiva

[Ver agenda completa](#)

#### **Revista Filantropia**

**Não basta fazer o bem,  
é preciso fazer bem feito.  
Aprimore-se lendo a  
Revista Filantropia.**  
[clique aqui!](#)

**EXTRA, EXTRA!  
A Revista Filantropia está na  
Livreria Cultura.**

O leitor também encontra novos exemplares da **Revista Filantropia** em uma das seguintes lojas da rede:

#### **Brasília:**

CasaPark Shopping Center  
(61) 3410-4033

## Execução

3ª feira, das 9h às 18h  
São Paulo - SP

**Inscriva-se!**

## Mais informações

### Recursos Financeiros Internacionais e Captação por Indivíduos

23 de Janeiro de 2009, 6ª  
feira, das 9h às 18h  
São Paulo - SP

**Inscriva-se!**

## Mais informações

### Monitoramento de Indicadores e Avaliação de Impacto de Projetos Sociais

30 de Janeiro de 2009, 6ª  
feira, das 9h às 18h  
São Paulo - SP

**Inscriva-se!**

## Mais informações

**Porto Alegre:**  
Bourbon Shopping Country  
(51) 3028-4033

**Recife:** Paço Alfândega  
(81) 2102-4033

**São Paulo:** Shopping Villa Lobos  
(11) 3024-3599  
Market Place Shopping Center  
(11) 3474-4033  
Conjunto Nacional (11) 3170-4033

## **Revista Filantropia lança primeiro volume de sua coletânea**

Coletânea com as **edições 1 a 6** em cd-rom.  
Com apresentação multimídia para busca de mais de  
**400 matérias na íntegra** em formato PDF.  
Conteúdo completo das edições 1 a 6 com mais de  
**300 temas abordados**.  
O volume 2 – edições 7 a 12 – deve ser lançado  
no próximo mês.

**Coletânea Revista Filantropia**  
**Edições 1 a 6**