



Instituto para o Desenvolvimento
do Investimento Social

Responsabilidade Social Empresarial, Investimento Social Privado e Marketing Relacionado a Causas*

O IDIS – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social – é uma organização da sociedade civil de interesse público que tem como missão promover e estruturar o investimento social privado, como instrumento de desenvolvimento de uma sociedade mais justa e sustentável.

INTRODUÇÃO

O momento de crise no qual vivemos é facilmente caracterizado pela degradação do meio ambiente e o aumento da pobreza mundial. Apesar dos progressos econômicos que conquistamos nas últimas décadas, enfrentamos desafios causados pela urbanização, crescimento populacional, inovações tecnológicas, entre outros, que nos levaram a um desequilíbrio ambiental, social e econômico.

A Organização das Nações Unidas define claramente o nosso objetivo para o futuro: um desenvolvimento economicamente viável, socialmente justo e sustentável do ponto de vista ambiental. Isto não se atinge com a ação isolada de empresas, governo e organizações sociais. Vivemos num mundo globalizado e cada vez mais complexo, onde assistimos a uma redefinição das relações entre o Estado, sociedade civil e setor privado, em que todos somos co-responsáveis pelo desenvolvimento da sociedade.

As empresas, que anteriormente eram vistas como entidades econômicas preocupadas somente em gerar lucro, vêm reconhecendo o fato de que o setor privado não pode existir e prosperar com sucesso quando isolado das questões sociais e ambientais. Segundo, Stephan Schmidheiny, presidente da Anova Holding AG e fundador do Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável, “Não há empresa bem sucedida numa sociedade fracassada assim como não há sociedade bem sucedida com empresas fracassadas”.

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

É neste contexto de intensa discussão sobre o papel das empresas na construção de uma sociedade menos desigual e sustentável em relação ao meio ambiente que o termo Responsabilidade Social Empresarial (RSE) ganha destaque.

O Programa DOAR é uma das estratégias de Investimento Social Comunitário do IDIS. O Projeto desenvolvido no Estado de São Paulo conta com o apoio financeiro da Fundação InterAmericana e parceria de seis Organizações de Filantropia e Investimento Social Privado: DESS, CADISC, IDELI, Instituto SIM, Instituto GATIS e Viva Guarulhos. Nota publicada em janeiro de 2006. Criação: André Godoi Estratégia Criativa.
*Baseado em documentos e artigos produzidos pelo IDIS. Compilado e adaptado por: Ana Biglione, Helena Monteiro e Tatiana Akabane.

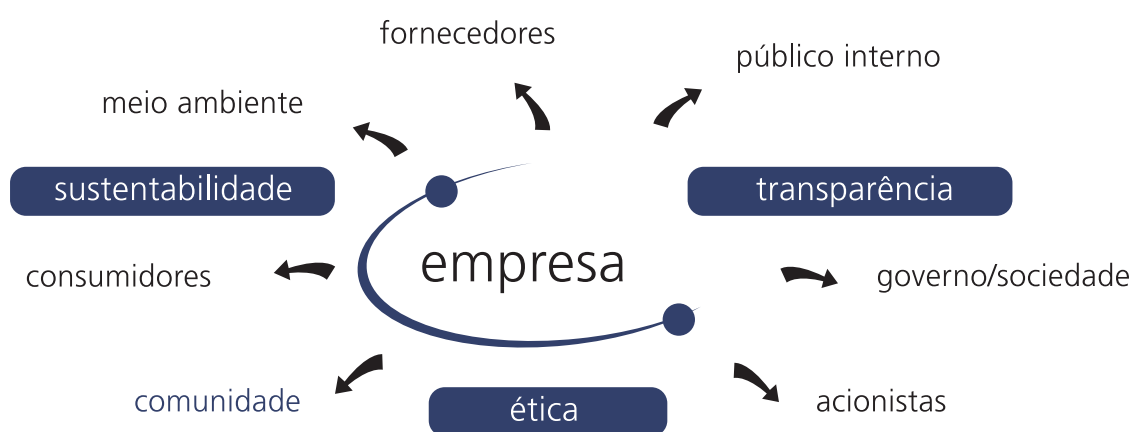
Uma definição que vem ganhando força no cenário brasileiro estabelece que: “a Responsabilidade Social Empresarial é uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.” (Instituto Ethos, www.ethos.org.br).

Estamos falando de uma gestão onde os objetivos relacionados ao negócio da empresa, à preservação do meio ambiente e à promoção da justiça social assumem igual importância. Esta forma de gestão deve estar totalmente integrada às práticas da empresa: objetivos, forma de produção, características do seu produto, política de contratação de fornecedores, política de salários e benefícios, etc. Isto faz com que a empresa tenha uma relação mais estreita com todos que contribuem para sua existência, ou seja, os públicos de interesse (público interno, fornecedores, acionistas, consumidores, comunidades, meio ambiente e governo/sociedade).

Em termos práticos, ser socialmente responsável é cuidar da qualidade do relacionamento da empresa com as partes interessadas e dos impactos econômicos, sociais e ambientais de suas atividades.

A empresa socialmente responsável:

- Zela pela qualidade ética e transparente das relações com os públicos de interesse;
- Incorpora interesses legítimos das partes interessadas nos planos da empresa;
- Considera o impacto de suas ações no meio ambiente e identifica estratégias para reduzi-lo;
- É co-responsável pelo desenvolvimento sustentável social, ambiental e econômico (especialmente da comunidade onde a empresa está instalada);
- Assume uma atitude estratégica, não apenas postura legal ou filantrópica;
- Agrega valor para todos.



A figura mostra os públicos de interesse com os quais a empresa deve se relacionar de forma ética e transparente. A comunidade é um destes públicos que a empresa socialmente responsável pode levar em conta. Nesse sentido, quando uma empresa decide financiar projetos de OSCs (Organizações da Sociedade Civil) ou operar projetos sociais próprios voltados para o benefício público, ela está fazendo Investimento Social Privado (ISP) e expressando sua Responsabilidade Social (RSE). Por isso, RSE diz respeito à qualidade da relação da empresa com os diversos públicos de interesse e ISP diz respeito, especificamente, à relação da empresa com o público “comunidade”.

INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

É crescente a preocupação das empresas com a utilização estratégica dos recursos que alocam na comunidade. O aumento da eficiência e eficácia destes recursos, resultado de planejamento e gerenciamento estratégico, tem mostrado que as empresas estão produzindo resultados importantes para a sociedade. Estamos falando de Investimento Social Privado (ISP), definido como a “a alocação voluntária e estratégica de recursos privados, sejam eles financeiros, em espécie, humanos, técnicos ou gerenciais para o benefício público.” Para ter impacto e promover a transformação social, este investimento depende de pesquisa focada, planejamento criativo, estratégias predefinidas, execução cuidadosa e monitoramento dos seus resultados. Ressalta-se aqui que “recursos” não se limita ao dinheiro, uma vez que as empresas possuem outros ativos, como, por exemplo, funcionários que podem atuar como voluntários e conhecimento técnico, que podem e devem ser utilizados em benefício da comunidade.

MARKETING RELACIONADO A CAUSAS

Neste processo de qualificação do ISP surge o Marketing Relacionado a Causas (MRC) definido como “atividade comercial que utiliza o poder das marcas em parceria com organizações sociais e/ou causas para benefício mútuo”. É uma forma de Investimento Social Privado que alinha as estratégias de marketing da empresa com as necessidades da sociedade, trazendo benefícios para a causa e para os negócios de forma mútua.

Uma empresa que tenha a responsabilidade social como parte de sua gestão, pode expressar os valores da organização por meio do marketing relacionado a causas. Essa ferramenta tem o potencial de maximizar recursos e conscientizar seus públicos de interesse e a sociedade para a causa adotada pela empresa. Estudos realizados em diversos mercados evidenciam o impacto positivo gerado para a causa, trazendo mais recursos e mobilizando pessoas, e também para os negócios, agregando valor à marca, fidelizando consumidores e envolvendo colaboradores.

A “Campanha Um Beijo Pela Vida” da Avon é um excelente exemplo de um programa de MRC. Uma pesquisa realizada em 1992 mostrou que o câncer de mama é a principal preocupação das consumidoras e revendedores da Avon. Desde 2002, por meio da arrecadação de 7% da venda de alguns produtos a Avon apóia a causa do combate ao câncer de mama no território nacional. Em 3 anos de campanha, a Avon arrecadou mais de R\$ 3,4 milhões que foram investidos, por meio do Instituto Avon, em projetos comunitários que contribuem para a prevenção e detecção precoce do câncer de mama. Além disso, a causa do combate ao câncer de mama é disseminada a toda rede de um milhão de revendedores e cerca de 25 milhões de consumidores, via os folhetos de venda, a cada 19 dias. Para a empresa, ações como esta melhoram a percepção de seus consumidores, engaja e motiva seus colaboradores, gera mídia espontânea e vendas.

Um programa de sucesso de Marketing Relacionado a Causas deve incorporar a visão de responsabilidade social da empresa, possuir objetivos claros, ser ética e transparente, contar com o comprometimento da alta gerência da empresa e da OSC e vislumbrar uma parceria de longo prazo entre a empresa e a causa.

CONCLUSÃO

Há, portanto, várias maneiras pelas quais o setor privado pode contribuir para o desenvolvimento social. O modelo de gestão de Responsabilidade Social Empresarial, permite a implementação de práticas, tais como o Investimento Social Privado e o Marketing Relacionado a Causas que, além de importantes para o negócio da empresa, promovem o desenvolvimento de uma sociedade mais justa. Em todas estas maneiras de atuar há uma mudança cultural necessária, um resgate de valores que começa ao assumirmos o papel

de agente transformador integrante de um mesmo sistema sócio-econômico-ambiental, no qual a responsabilidade pela construção de uma sociedade sustentável é de todos.

RESUMINDO

Quais os benefícios que a RSE, que inclui o ISP e o MRC, pode trazer para as empresas?

- Tornar a empresa sujeito do processo de transformação do país e ativa no papel de agente de mudanças;
- Valorização da imagem institucional e da marca;
- Maior lealdade do consumidor;
- Maior capacidade de recrutar e manter talentos;
- Flexibilidade e capacidade de adaptação;
- Acesso a mercados e capitais;
- Melhor clima interno.

Esses benefícios são possíveis e sustentáveis no longo prazo, quando construídos pensando na estratégia de negócio da empresa.

SAIBA MAIS:

1. Instituto Ethos: O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização não-governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa. www.ethos.org.br

2. GIFE: O Grupo de Institutos, Fundações e Empresas reúne organizações de origem privada que financiam ou executam projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. Seu objetivo é influenciar as políticas públicas por meio de parcerias e do compartilhamento de idéias, ações e aprendizados com o Estado e outras organizações da sociedade civil. www.gife.org.br

3. Business for Social Responsibility: O BSR é uma organização global que oferece informações, ferramentas, e serviços de treinamento e consultoria na área da responsabilidade social. www.bsr.org

4. Business in The Community: O BiTC é uma organização inglesa que tem por missão inspirar, provocar, engajar e dar suporte para as empresas impactarem positivamente a sociedade. Possui um núcleo especializado em Marketing Relacionado a Causas cujas ações são reconhecidas como fator fundamental na conscientização, entendimento e desenvolvimento do MRC. www.bitc.org.uk

5. Fórum Empresa: Aliança de organizações empresariais de RSE que promove a responsabilidade social empresarial pelas Américas. www.empresa.org/portugues/index.html

CONHEÇA O IDIS

O IDIS - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social é uma Organização Social de Interesse Público (OSCIPI), criada por empreendedores sociais brasileiros com a finalidade de promover e desenvolver o investimento social privado de indivíduos, famílias, empresas e comunidades. Rua São Tomé 119, conj. 42 - São Paulo-SP CEP 04551-080 - Tel.: (11) 3044-4686 - Fax: (11) 3044-4685 - www.idis.org.br e-mail: idis@idis.org.br