



Instituto para o Desenvolvimento
do Investimento Social

Roteiro para orientar o investimento social privado na comunidade¹

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.

Baseado em trechos do livro do IDIS “A Empresa na Comunidade: um passo-a-passo para estimular sua participação social”, escrito por Carla Cordery Duprat, este documento discute o papel das empresas no desenvolvimento social e apresenta sete passos considerados fundamentais para estruturar o investimento social empresarial.

INTRODUÇÃO

O Brasil enfrenta grandes desafios ao seu desenvolvimento social. Ao mesmo tempo, possui recursos e potencialidades capazes de transformar a realidade de grande parte da população. De acordo com o “Relatório de Desenvolvimento Humano (RDH)” da ONU de 2009, o país ocupa a 75ª colocação entre os 158 países avaliados e apresenta um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de valor 0,813 – considerado médio.

Apesar de integrar o grupo de nações emergentes, a concentração de renda caracteriza o Brasil como um dos países de maior desigualdade em todo o mundo. De acordo com o “Informe Regional sobre Desarrollo Humano para América Latina y el Caribe 2010”, produzido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), a diferença entre a renda per capita entre ricos e pobres só não é maior do que no Haiti e na Bolívia, na região, e do que na Tailândia, considerando todo o mundo. Historicamente, o Estado brasileiro mostrou que não é capaz de

¹ Baseado em trechos do volume da Coleção Investimento Social do IDIS “A Empresa na Comunidade: um passo-a-passo para estimular sua participação social”, escrito por Carla Cordery Duprat. Compilado, atualizado e adaptado por Milton Bellintani. Publicada em outubro de 2010.

atender sozinho à crescente demanda social. Nesse contexto, a participação da sociedade civil e do setor privado tem sido cada vez mais exigida para a busca de soluções sustentáveis para o desenvolvimento do país.

A responsabilidade social da empresa é definida como uma forma de gestão que zela pela qualidade das relações com os diferentes públicos com que ela se relaciona: acionistas, fornecedores, colaboradores, clientes, meio ambiente, governo e comunidade. Hoje, as empresas que incorporaram a responsabilidade social como forma de gestão de negócios reconhecem que seu impacto social e ambiental precisa ser gerido da mesma maneira que sua performance econômica.

A nova postura dos consumidores, mais exigentes em relação à qualidade dos produtos e atentos aos impactos social e ambiental causados pela cadeia produtiva, também tem influência nesse novo modelo de gestão empresarial. De acordo com a pesquisa IDIS/Full Jazz, realizada em 2005, 96% dos entrevistados disseram considerar que o apoio a causas sociais agrega valor às empresas.

A soma desses fatores demonstra que a comunidade empresarial exerce influência significativa no desenvolvimento de uma sociedade mais sustentável. Sua força econômica, aliada à capacidade tecnológica e de gestão, pode contribuir para a solução dos problemas sociais mais graves do mundo globalizado, com impactos positivos para a empresa, a comunidade e o país.

ROTEIRO

Conheça os sete passos essenciais para implementar o investimento social corporativo. Ele é a parte da responsabilidade social que estabelece a relação da empresa com a comunidade, alocando de forma voluntária, e planejada, recursos privados - financeiros, humanos, técnicos e gerenciais - para o interesse público.

Esses passos são indicados para auxiliar no processo de estruturação de ações sociais da empresa e podem resultar na criação de um Programa de Investimento Social. Estão pautados pelas seguintes premissas: comprometimento da alta direção da empresa com o programa; ambiente favorável, com a empresa atravessando um bom momento financeiro e organizacional; estratégia de investimento social da empresa pautada por sua política e prática de responsabilidade social; e garantia de recursos financeiros necessários para elaboração e implantação de um Programa de Investimento Social Estratégico.

1. Formar o Comitê de Investimento Social

Este fórum deve ser constituído por três a cinco pessoas, preferencialmente de áreas distintas, como recursos humanos, marketing e departamento financeiro. O ideal é que os integrantes do Comitê tenham experiência em desenvolvimento comunitário e poder de decisão. O Comitê deve ter um cronograma de atuação aprovado pela diretoria e, na fase inicial, caberá a ele:

- Promover ações de sensibilização constantes sobre a importância do investimento social, do apoio à comunidade e da atuação da empresa na área social.
- Conduzir entrevistas junto à diretoria com base nas **Dez Perguntas Básicas** previstas no passo 2 deste documento.
- Realizar o levantamento quantitativo (passo 2).
- Desenvolver o Programa de Investimento Social (passos 3 e 6).
- Implementar, acompanhar, avaliar e comunicar o Programa de Investimento Social (passo 7).
- Manter a diretoria informada sobre o andamento deste programa.

2. Realizar levantamento interno

O Comitê deve realizar dois tipos de levantamento interno: o qualitativo e o quantitativo. O primeiro consiste em entrevistas com a diretoria da empresa, enquanto o segundo abrange a quantificação financeira referente às doações realizadas pela companhia nos últimos dois anos.

Roteiro para entrevistas – 10 perguntas básicas:

- 1) Você já apoiou financeiramente alguma organização social? Qual?
- 2) Você já realizou trabalho voluntário? Qual?
- 3) Você conhece alguma experiência de envolvimento social da empresa?
- 4) Sabe onde e quanto foi investido pela empresa no campo social nos últimos doze meses?
- 5) Qual, na sua opinião, pode ser a vocação da empresa na área social? Há sinergia entre o que a empresa faz e como ela pode atuar na área social?
- 6) Que competências a empresa tem que podem ser disponibilizadas para a comunidade?
- 7) O que você se orgulharia de ver a empresa fazendo para apoiar a área social?
- 8) Como você vê a possibilidade de um estímulo ao trabalho voluntário dos colaboradores?
- 9) Quais recursos a empresa pode dispor para uma ação social transformadora?
- 10) Quais os principais desafios ou dificuldades que serão enfrentados ao iniciar um projeto de investimento social na empresa? Que sugestões daria para enfrentar esses desafios e dificuldades?

O levantamento quantitativo, por sua vez, deve indicar o volume de recursos alocados para ações sociais da empresa na comunidade, classificados como "dinheiro" doado; "bens/equipamentos da

empresa” cedidos, como computadores, cadeiras e mesas; “bens adquiridos” em favor da comunidade, como brinquedos, aparelhos de TV; e “bens oriundos de campanhas internas”, como agasalhos e alimentos.

A análise dessas informações fornecerá uma fotografia de como a empresa tem se relacionado com a comunidade. Já a sínteses das entrevistas com diretores ajudará a identificar os pontos fortes e oportunidades para o desenvolvimento da estratégia de investimento social, assim como os pontos fracos e ameaças que podem dificultar a implantação do Programa de Investimento Social.

3. Definir o foco de atuação do Investimento Social

Em um contexto de grandes demandas sociais, o desafio para a empresa fazer o melhor uso de seus recursos privados é, justamente, a escolha do foco social de sua atuação. Para judar neste processo, recomenda-se uma fase de *benchmarking* com a finalidade de conhecer as organizações-referência em investimento social privado. Exemplos de empresas, fundações, institutos e outras organizações da sociedade civil podem servir de inspiração para esse processo. Também é indicado realizar um levantamento na comunidade onde a empresa deseja atuar a fim de identificar os talentos e recursos existentes, uma vez que eles podem contribuir para a causa-foco.

4. Definir a estrutura do Investimento Social

As empresas se dividem quanto a criar uma nova figura jurídica, com foco em investimento social - como um instituto ou fundação -, e fortalecer um departamento interno de Investimento Social, Ação Social ou de Responsabilidade Social. Entre as vantagens de criar uma associação sem fins econômicos estão facilidade de constituição – tendo em vista que os procedimentos são menos burocráticos e não se exige alocação de patrimônio prévio – e maior liberdade para organizar e, eventualmente, alterar os estatutos e a missão da organização. Já as fundações privadas oferecem maior segurança em relação à perenidade dos fins desejados pelo instituidor e a existência de um recurso em fundo permanente. Os departamentos de Ação Social, por sua vez, apresentam como vantagem o fato de estarem integrados às ações da empresa. Mas também oferecem riscos, como não adquirir identidade própria, serem confundidos com temas de negócios e terem de competir dentro da empresa por recursos humanos, financeiros e operacionais.

5. Estabelecer a forma de atuação

Algumas empresas têm escolhido apoiar organizações de terceiros que atuam na causa-foco do investimento social. Sendo assim, são denominadas financiadoras. O financiador pode desenvolver

programas, analisar, selecionar, acompanhar e avaliar projetos de terceiros. Pode, ainda, oferecer apoio técnico aos projetos em temas relacionados à elaboração de projetos, gestão, avaliação e sustentabilidade. Outras empresas optam por serem operadoras, criando organizações de atendimento direto e mantendo estrutura própria para atender a uma necessidade social, Esta estrutura pode ser, por exemplo, um abrigo, uma creche ou um hospital.

6. Identificar os recursos disponíveis

As empresas podem destinar recursos financeiros ou humanos para apoiar uma causa social, ou a combinação de ambos. Por meio do estímulo ao trabalho voluntário de seus profissionais, podem, por exemplo, oferecer serviços de consultoria em administração financeira, informática, planejamento estratégico e gestão de recursos humanos, contribuindo com suas habilidades e conhecimentos para melhorar a infraestrutura de organizações da sociedade civil. Em relação ao aspecto financeiro, podem captar doações para as organizações apoiadas por seus colaboradores, desenvolver projetos de captação de recursos, de incentivos fiscais e de apoio à gestão das organizações. Um dos maiores desafios que essas instituições enfrentam é a sua sustentação financeira. O apoio à captação de recursos é, assim, uma contribuição empresarial estratégica que influirá positivamente na elaboração, desenvolvimento e implantação de áreas e projetos.

7. Desenvolver e implantar o Programa de Investimento Social

A estratégia de cada empresa pode variar, mas é recomendável que a implantação do Programa de Investimento Social se faça por meio de um Projeto-Piloto com duração de um ano. Este programa deve ser descrito em um documento-base, que resume o processo de planejamento do investimento social da empresa e indica como será implantado.

A redação do programa deve contemplar os seguintes elementos:

- Descrição da causa social que será apoiada e a forma de atuação definida pela empresa.
- Objetivos que devem ser alcançados.
- Objetivos da fase-piloto que devem ser alcançados.
- Critérios claros para apoio a projetos de terceiros.
- Atividades de apoio, como capacitação em gestão, avaliação e comunicação.
- Temporalidade determinada.
- Recursos necessários.
- Parceiros.

CONHEÇA O IDIS

O IDIS – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), criada por empreendedores sociais brasileiros com a finalidade de promover e estruturar o investimento social privado de indivíduos, famílias, empresas e comunidades.

Rua Paes Leme, 524, cj. 141 - Pinheiros - CEP 05424-904 - São Paulo/SP - Tel.: (11) 3037-8212 /
Fax: (11) 3031- 9052 – www.idis.org.br