

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*

DAIANE BENTO DOS SANTOS

**A IMPORTÂNCIA DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO PARA
MANUTENÇÃO DOS PROGRAMAS E PROJETOS DO BAIRRO DA
JUVENTUDE DOS PADRES ROGACIONISTAS, DE CRICIÚMA – SC.**

CRICIÚMA, JUNHO DE 2012

DAIANE BENTO DOS SANTOS

**A IMPORTÂNCIA DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO PARA
MANUTENÇÃO DOS PROGRAMAS E PROJETOS DO BAIRRO DA
JUVENTUDE DOS PADRES ROGACIONISTAS, DE CRICIÚMA – SC.**

Monografia apresentada para obtenção do grau de Especialista em Gestão Empresarial, do curso de Pós-Graduação, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador(a): Prof. (a) Msc. Ricardo Deibler
Zambrano

CRICIÚMA, JUNHO DE 2012

DEDICATÓRIA

Este trabalho é dedicado primeiramente a Deus, pelo dom da vida, ao Bairro da Juventude, que me faz feliz todos os dias e a minha família, a base de tudo.

“Dada à relevância, a complexidade e os riscos das ações de mobilização de recursos para uma organização, é importante que se formule uma política institucional específica, a qual deve se basear no plano estratégico institucional”.

Domingos Armani.

RESUMO

SANTOS, Daiane Bento dos. **A Importância do Investimento Social Privado para Manutenção dos Programas e Projetos do Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas, de Criciúma – SC.** 2012. 47 p. Monografia do Curso de MBA Gestão Empresarial, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

O presente estudo demonstra a importância do Investimento Social Privado para manutenção dos programas e projetos do Bairro da Juventude de Criciúma-SC e consequentemente a redução dos problemas sociais do município. Para alcançar os objetivos propostos conceituam-se aqui o terceiro setor, as organizações sociais no Brasil, além da definição de problemas sociais e Investimento Social Privado. Mais do que a demonstração e definição, este estudo analisa a credibilidade e sustentabilidade das entidades do terceiro setor, além de realizar uma pesquisa, através de entrevista, com um percentual de empresas parceiras do Bairro da Juventude, que se tornou fundamental para o alcance dos resultados e conclusão deste estudo.

Palavras-chave: Investimento Social Privado. Terceiro Setor. Problemas Sociais. Sustentabilidade.

LISTAS DE GRÁFICOS / TABELAS

Gráfico 1 – Tempo de atividades das empresas	32
Gráfico 2 – Tipo de atividades desenvolvidas pelas empresas	32
Gráfico 3 – Número de funcionários das empresas	33
Gráfico 4 – Cidade de atuação das empresas	33
Gráfico 5 – Faturamento mensal das empresas.....	34
Gráfico 6 – Responsável pelo preenchimento da pesquisa	34
Gráfico 7 – Qual os principais motivos que levou sua empresas a investir nos programas e projetos do Bairro da Juventude.....	35
Gráfico 8 – Sua empresas investir em outros projetos sociais	35
Gráfico 9 – Na sua percepção, a partir deste investimento com o que a sua empresa está contribuindo	36
Gráfico 10 – Em sua opinião, em qual area os projetos desenvolvidos pelo Bairro da Juventude apresentam melhores resultados para as crianças e adolescentes?	37
Gráfico 11 – Qual o tipo de investimento social que sua empresa tem preferência em fazer?	37
Gráfico 12 – Qual o valor do investimento social que sua empresa realiza no Bairro da Juventude?.....	38

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
1.1 TEMA	7
1.2 PROBLEMA	7
1.3 OBJETIVOS	7
1.3.1 Objetivo Geral	7
1.3.2 Objetivo Específico	7
1.4 JUSTIFICATIVA	8
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
2.1 TERCEIRO SETOR	10
2.1.1 Organizações sociais no Brasil	12
2.1.2 Os problemas sociais	14
2.1.3 Projetos sociais	15
2.2 DEFINIÇÃO DE INVESTIMENTO	17
2.2.1 Investimento social do estado	18
2.2.2 Investimento social privado	19
2.3 CREDIBILIDADE E SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA DO TERCEIRO SETOR COM RELAÇÃO À APLICAÇÃO DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO.....	21
3. A ENTIDADE DA SOCIEDADE CIVIL: BAIRRO DA JUVENTUDE DOS PADRES ROGACIONISTAS	22
3.1 FINALIDADES ESTATURAIS E INFRAESTRUTURA	23
3.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	24
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	29
4.1 TIPOS DE PESQUISA	29
4.1.1 Pesquisa Bibliográfica	29
4.1.2 Pesquisa Descritiva ou de Campo	29
4.2 ABORDAGEM DA PESQUISA.....	29
4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA	30
4.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	30
5 EXPERIÊNCIA DE PESQUISA	31
6 CONCLUSÃO	39
REFERÊNCIAS	41
APÊNDICE	44

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA

A importância do Investimento Social Privado, para manutenção dos programas e projetos do Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas de Criciúma-SC.

1.2 PROBLEMA

Qual a importância do Investimento Social Privado para redução dos problemas sociais através dos programas e projetos desenvolvidos pelo Bairro da Juventude?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Demonstrar a importância do Investimento Social Privado no Bairro da Juventude para manutenção dos programas e projetos e consequentemente redução dos problemas sociais no município de Criciúma.

1.3.2 Objetivo Específico

- Conceituar o Terceiro Setor;
- Apresentar as organizações sociais no Brasil;
- Definir o que são problemas sociais;
- Definir o que é Investimento Social Privado;
- Analisar a credibilidade e sustentabilidade do terceiro setor com relação à aplicação do Investimento Social Privado;
- Apresentar o Bairro da Juventude;
- Demonstrar a importância do Investimento Social Privado para manutenção dos projetos sociais do Bairro da Juventude.

1.4 JUSTIFICATIVA

O terceiro setor tem crescido significativamente no cenário econômico mundial, a profissionalização e a sustentabilidade tem sido uma preocupação constante deste segmento. Já não é mais possível pensar em ações para a população que vive em situação de vulnerabilidade social de forma clientelista e sem o devido planejamento das ações de intervenção. Para que haja continuidade nas atividades propostas e geração de autonomia nos beneficiários, é preciso pensar nas etapas necessárias para obtenção dos objetivos.

Paralelo a estas transformações, surge o Investimento Social Privado - ISP - um tema relativamente novo que teve seu início marcado no final dos anos 80 e início dos anos 90, pela criação do GIFE- Grupo de Institutos, Fundações e Empresas, que passou a adotar como princípio norteador, dando subsídios para qualificar o Investimento Social Privado no Terceiro Setor.

Estudos comprovam que a relação entre os setores (Segundo e Terceiro Setor) pode, de maneira efetiva, tratar os principais problemas sociais enfrentados pela sociedade quando pensado como benefício público. Porém, por ser um assunto relativamente novo é cercado por muitos desafios e contradições e assim faz-se necessário que o tema ocupe espaço no universo acadêmico e possa se tornar mais conhecido.

Não cabe mais a pretensão de que todas as soluções dos problemas sociais existentes no país sejam resolvidas pela intervenção do Estado, até mesmo porque ouvimos, vemos ou vivenciamos diariamente situações que fogem do controle estatal e os problemas sociais se multiplicam a cada dia. É necessário unir forças para enfrentar as contradições e melhorar a realidade do País.

Assim, o Investimento Social Privado abre um leque de oportunidades para que as Entidades do terceiro setor possam criar parcerias estratégicas, consolidando as atividades de forma planejada, segura e profissionalizada, além de oferecer segurança para que as organizações do Terceiro Setor desenvolvam ações contínuas e de qualidade que venham atingir resultados verdadeiros com benefícios para toda a sociedade.

O Investimento Social Privado trás benefícios, tanto para quem recebe o investimento (entidades), através da possibilidade de oferecer e serviços de forma mais segura e qualificada, quanto para a empresa que realiza o investimento, pois

esta, indiretamente, contribuindo com a sociedade, através de ações que beneficiarão os cidadãos, além de aliar a imagem da empresa à responsabilidade social, tão necessária nos dias de hoje. Ou seja, esta é uma relação de “ganha x ganha” para vários segmentos (sociedade, empresas, estado e terceiro setor).

Neste sentido, o Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas, Entidade Beneficente de Assistência Social, criada a mais de 60 anos, que atende aproximadamente 1.500 (hum mil e quinhentas) crianças, adolescentes e jovens, reconhecida por sua credibilidade e qualidade nos programas, projetos e serviços desenvolvidos em Criciúma, precisa estar atualizada diante das oportunidades e primar pela busca de sustentabilidade, criando parcerias estratégicas através do Investimento Social Privado.

Neste estudo, conheceremos um pouco mais sobre o terceiro setor, problemas e projetos sociais e enfim o Investimento Social Privado e a sustentabilidade do terceiro setor a partir deste tipo de investimento.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 TERCEIRO SETOR

Com a promulgação da Constituição Federal de 1988, denominada “Constituição Cidadã”, o país passou a ter um olhar diferente sobre as organizações sociais e dispôs de novos critérios e mecanismos que passaram a reconhecer e fortalecer as ações sociais desenvolvidas pelas organizações atuantes no Terceiro Setor.

A definição do nome Terceiro Setor nasceu nos Estados Unidos na metade do século passado, mas, o conceito no Brasil é relativamente novo.

Demonstrar aqui uma definição mais clara deste setor é essencial para a construção de um estudo melhor estruturado e mais consistente. Para tanto, evidencia-se alguns autores que, ao longo dos últimos anos, buscaram formular conceitos. Dentre eles, um dos mais utilizadas para definir o Terceiro Setor é o de Hudson (1999, p.11):

Este setor consiste em organizações cujos objetivos principais são sociais, em vez de econômicos. A essência do setor engloba instituições de caridade, organizações religiosas, entidades voltadas para as artes, organizações comunitárias, sindicatos, associações profissionais e outras organizações voluntárias.

A partir desta definição pode-se caracterizar os objetivos ‘sociais’ das organizações que compõem o Terceiro Setor, o que se pode identificar como sendo o grande motivo para a existência destas organizações.

Apesar de recente, o crescimento do Terceiro Setor no Brasil é indiscutível. Por isso, é interessante analisar alguns números para que se possa perceber suas dimensões e seu potencial de crescimento.

Segundo pesquisa realizada pelo IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2002), este revela que no Brasil, o Terceiro Setor já responde por 1,5% do PIB com R\$10,9 bilhões. O setor possui capacidade de geração de projetos sociais, de recursos, de renda e de alternativas de trabalho.

O Terceiro Setor tem despertado olhares diferenciados por parte do Estado, da mídia, das empresas, das universidades e da sociedade como um todo.

Se por um lado nota-se um Estado redefinindo suas funções, diminuindo sua abrangência de atuação e focando em áreas estratégicas (saúde, educação, segurança) por outro, as empresas passam a buscar algo além da geração de lucros, ou seja, caminham para a consolidação do tripé social, econômico e ambiental, destacando a participação efetiva no social e assumindo um caráter público, segundo (Coelho e Gonçalves, 2007).

Os mesmos autores ainda colocam essa situação como uma grande tendência do universo corporativo, pois o cenário político atual é marcado pela limitação do estado em prover soluções para as desigualdades sociais. Inclusive, o Terceiro Setor tem adquirido novos profissionais de diferentes áreas, que estão voltando o olhar para este “novo nicho de mercado”, procurando profissionalizar-se e especializar-se, encontrando novas possibilidades de trabalho.

Contudo, existe uma preocupação permanente quanto à profissionalização do Terceiro Setor no Brasil o que constitui um grande desafio. Isso porque a gestão quando movida pelo ideal generoso e benevolente de fazer caridade, muitas vezes de maneira voluntária, baseia-se no ideal de ajudar o próximo com resultados quase sempre diferentes do esperado ou do necessário.

É o caso que acontecia há algumas décadas atrás, quando normalmente as ações desenvolvidas para a população dita “pobre”, eram realizadas pelas primeiras damas, mulheres de médicos, além de outras categorias que praticavam o assistencialismo, gerando a dependência de quem recebia o benefício, além de muitas vezes realizar a troca de favores.

Para evitar que estas ações, que ainda existem, porém em número bem reduzido, sejam sem qualidade técnica e com monitoramento inadequado ou inexistente, é necessário que se utilize de mecanismos de planejamento e controle, como cita Schlithler (2006, p. 3):

“[...] para ter impacto e promover a transformação social, esse investimento depende de pesquisa focada, planejamento criativo, estratégias pré-definidas, execução cuidadosa e monitoramento dos seus resultados”.

Porém, na busca por este profissionalismo deve-se tomar cuidado para não ocorrer à descaracterização destas organizações, passando a utilizar ferramentas gerenciais do universo corporativo e esquecer que seu patrimônio maior

é a sociedade e o “bem comum”. As pessoas não são objetos e sim, sujeitos de direitos e deveres.

Segundo (Hudson, 1999), as particularidades das organizações do terceiro setor e seu papel cada vez mais destacado na sociedade e na economia, requerem o desenvolvimento de sistemas de gestão e operação próprios.

Como se trata de uma necessidade imediata, a profissionalização do Terceiro Setor é imprescindível e inevitável, principalmente, para quem quer captar recursos através do Investimento Social Privado. As empresas têm o desejo de investir em algo seguro e concreto que mesmo sem retorno financeiro, tenha ações transparentes e com retorno social verdadeiro.

Conforme (Rossetti, 2009) as organizações do terceiro setor devem buscar excelência profissional para lidar com esses desafios.

Assim, apesar dos desafios postos para as Entidades do Terceiro Setor, na busca pela efetivação e consolidação deste segmento, estas organizações tornaram-se uma ferramenta social e econômica capaz de suprir e enfrentar muitas ausências, deficiências e burocracias geradas pelo poder do Estado. Cabe ao setor legitimar-se e profissionalizar-se e isto certamente ocorrerá com o aperfeiçoamento e a utilização das teorias organizacionais, técnicas de gerenciamento e parcerias estratégicas que trarão resultados ainda melhores para o Terceiro Setor no Brasil e no Mundo.

2.1.1 Organizações sociais no Brasil

Iniciativas privadas que não visam o lucro, assim podemos iniciar o conceito das organizações sociais. As OS surgiram na década de 70 (setenta) como um modelo de organização pública, não-estatal, constituídas por associações da sociedade civil, sem fins lucrativos, e voltadas para o interesse público.

De acordo com Olivo (2005, p. 41):

As Organizações Sociais, por exigência do art. 1º da Lei n.9637/98, são pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos, podendo ser constituídas na forma de associações, ou de fundações. Não poderão ser constituídas na forma de sociedade simples ou de sociedades empresariais, pois estas visam os fins econômicos. Não podem também se constituídas sob a forma de partidos políticos, por se destinarem a finalidades de interesse público de forma desinteressada, sob fiscalização permanente.

Ainda segundo (Olivo, 2005), somente a partir da promulgação da Lei de regulamentação da categoria em 1998 é que as OS disciplinaram sua atuação e modo de funcionamento. Com a implantação dos instrumentos legais, houve uma expressiva mudança na qualidade dos serviços prestados e eficiência nos recursos utilizados.

As organizações sociais não têm como dono o indivíduo, atendem o interesse comum e atuam bem próximo as demandas, assim tem mais facilidade para identificar necessidades e criar políticas públicas eficientes e eficazes.

O processo de criação das OS aumentou a partir do momento em que pessoas começaram sentir necessidade de ampliar seus espaços de participação em prol da solidariedade e da sociedade. Com a incapacidade do Estado em prover os mínimos sociais as OS apresentam aos cidadãos seus direitos e buscam pela consolidação e exercício da cidadania. De acordo com (Melo Neto e Froes, 2005), a cidadania aqui mencionada, não é aquela legitimada pelo estado, mas carente de ações do governo, mas, sim, obtida e assegurada através das ações efetivas das organizações. Trata-se de uma cidadania conquistada, participativa e efetiva, que nasce da mobilização na defesa e garantia dos interesses do cidadão.

Sabe-se que como em todo segmento, existem as instituições sérias, que fazem um trabalho honesto e de acordo com as regras e normas para a convivência em sociedade, mas, também existem as instituições desonestas, fraudulentas, pautadas em interesses individuais de um determinado grupo. Estas acabam aparecendo e ganhando maior repercussão na mídia, prejudicando e denegrindo a imagem e os interesses coletivos daquelas que querem fazer ou já fazem um bom trabalho.

Portanto, a profissionalização deste setor deve passar por um modelo de gestão transparente, além de um intensivo controle social, tanto do beneficiário dos programas, projetos e serviços, quanto do investidor e da sociedade em geral.

A partir desta nova “ordem social” foram implantados novos modelos de gestão, através da administração participativa, numa grande rede de solidariedade social.

Segundo Melo Neto e Froes (2005), esta é uma ordem que nasceu da desordem social vigente, surgindo então outras instituições sociais que junto com o Estado e a sociedade civil fazem parte do Terceiro Setor.

2.1.2 Os problemas sociais

Para iniciar a contextualização sobre os problemas sociais no Brasil, utilizar-se-á à definição de problema, que conforme Melo Neto e Froes (2005, p. 35), afirmam que “é um desvio entre o que existe e o que deveria existir ou ainda, a diferença entre o que deveria ser alcançado e o que foi alcançado”.

Assim, a partir desta definição pode se dizer que os problemas sociais representam um déficit de serviços sociais básicos que afetam determinados grupos populacionais. “A relevância do problema social, esta diretamente relacionada à extensão de seus efeitos” (MELO NETO E FROES, 2005, p. 36).

Pode-se também salientar que embora o Brasil tenha avançado na área social nos últimos anos, muitos problemas sociais ainda persistem e afetam a vida dos brasileiros. De acordo com a Constituição Federal os cidadãos são sujeitos de direitos e deveres, porém muitas vezes seus deveres são exigidos, mas seus direitos não adquiridos.

As pesquisas apresentam um quadro crescente e alarmante de problemas sociais, como por exemplo, o uso de drogas, adolescentes infratores, prostituição infantil, baixa qualidade de ensino, aumento da violência, entre outros.

Destaca-se aqui os principais causadores dos problemas sociais citados acima e responsáveis pelos altos índices de mazelas que aterrorizam a sociedade.

O primeiro indicador encontrado como fator determinante para os problemas sociais é o desemprego, que mesmo com alguns dados apontando para o crescimento da economia e aumento da geração de empregos, ainda existem milhares de pessoas desempregadas ou em subempregos, sem carteira assinada e sem os direitos trabalhistas. A economia tem crescido sim, mas de forma desordenada e não suficiente para gerar empregos que atendam toda a demanda e solucionem os problemas existentes. Desta forma, o desemprego acaba gerando uma diversidade de outros problemas sociais relacionados à impossibilidade de acessar os mínimos necessários para sobrevivência.

Destaca-se também o aumento da violência, principalmente nas metrópoles. Os crimes estão cada vez mais presentes no cotidiano, além da impunidade, morosidade e as falhas do sistema de segurança pública que tem preocupado os brasileiros.

Não se pode esquecer que a educação, contraditoriamente, também faz parte dos problemas sociais, pois dados sobre o desempenho dos alunos na escola são preocupantes. A educação, principalmente a pública, encontra vários problemas e dificuldades que vão desde a estrutura física e pessoal até o desinteresse e a violência dentro das instituições de ensino. Ainda, dentro deste tema é preciso citar a falta de profissionalização, que esta atrelada a dificuldade de encontrar mão de obra qualificada, devido a baixa escolaridade e número ainda reduzido de educação profissional gratuita e de qualidade aos cidadãos.

E por último, mas tão conflitante quanto as demais dificuldades elencadas neste estudo, surge a desigualdade social, onde a distribuição de renda é injusta e desigual, sendo que uma pequena parcela da sociedade é muito rica, enquanto grande parte vive na pobreza e miséria. Embora a distribuição de renda também tenha sido uma preocupação que gerou a criação de programas sociais para este fim, ainda vivemos num país muito injusto e com grandes contrastes sociais.

Estes dados servem de alerta para que os órgãos de defesa e garantias de direitos, Estado, organizações e sociedade, elaborem planos, programas, projetos e serviços e estes possam ser implementados e gerenciados de forma eficaz, com intuito de verdadeiramente minimizar os problemas sociais existente no Brasil.

Neste sentido, percebe-se que o Governo, as empresas e a sociedade em geral, sabem ou conhecem os problemas sociais existente no Brasil. Contudo, não basta apenas conhecê-los, é necessário que se unam forças, criando e consolidando políticas públicas e sociais que atendam esta demanda.

Para tanto, o terceiro setor está posto e é um forte aliado na tentativa de minimizar os problemas sociais e buscar a igualdade social. Lembrando que mais uma vez o Investimento Social Privado torna-se aliado fundamental na consolidação deste sistema.

2.1.3 Projetos sociais

A partir do crescimento das desigualdades sociais e aumento da pobreza, têm surgido inúmeras oportunidades e necessidades de ações sociais através de

projetos que tenham como objetivo minimizar estas diferenças e proporcionar uma vida digna aos cidadãos.

Não se pode negar que a partir da criação do terceiro setor, o Governo Federal, muitas vezes, acaba transferindo as suas responsabilidades para as organizações da sociedade civil com relação aos problemas sociais, mas é inevitável que as organizações se envolvam para proporcionar aqueles que não tem acesso a cidadania e aos mínimos sociais (alimentação, saúde, educação, habitação) uma vida digna.

Para Stephanou et. al (2003, p.11):

Os projetos sociais nascem do desejo de mudar uma realidade. Os projetos são pontes entre o desejo e a realidade. São ações estruturadas e intencionais de um grupo ou organização social, que partem da reflexão ou do diagnóstico sobre uma determinada problemática em alguma medida, para “um outro mundo possível”.

O que precisa ficar claro para as Entidades da Sociedade Civil, aos Estados e as empresas que realizam o Investimento Social Privado, é que não se refere aqui de projetos sociais elaborados sem planejamento e discordante da realidade e necessidade da população, trata-se de implantar projetos sociais bem elaborados que atingem bons resultados nas ações de uma intervenção social.

Outro conceito semelhante é o de Armani, (2004, p.18) onde diz que “basicamente, um projeto é uma ação social planejada, estruturada em objetivos, resultados e atividades, baseadas em uma quantidade limitada de recursos”.

O Governo Federal tem investido em programas de transferência de renda, através do Cadastro Único e da Bolsa Família, além da redução de juros e incentivo a aquisição de moradia e outros programas e projetos deste segmento. Mas, mesmo que os dados apontem para redução da “extrema pobreza”, aquela em que o cidadão é totalmente desprovido de renda, estes projetos do Governo são insuficientes, pois geram dependência de um programa que deveria ser temporário e acaba sendo permanente. Ou seja, as famílias ficam dependentes de um benefício financeiro que não agrega conhecimento, profissionalização, ou qualquer outra atividade de resgate da cidadania dos beneficiários.

Não cabe dizer que os projetos sociais desenvolvidos pelo terceiro setor são melhores que os implantados pelo Governo Federal e sim, o conhecimento de

que ambos precisam de planejamento e monitoramento para atingirem objetivos concretos e alcançarem as metas estabelecidas, fazendo a diferença na vida dos brasileiros.

Neste sentido, as técnicas de planejamento estratégico nas organizações e instituições são imprescindíveis e têm contribuído para a percepção dos projetos como uma ferramenta estratégica, que deve ser realizado organizadamente, para atingirem os objetivos. Porém, ele não deve ser pensado de forma isolada e sim, como parte integrante para o desenvolvimento de programas, serviços, ou políticas sociais públicas. Segundo Stephanou et.al (2003, P.30):

A criação de um projeto social vai além da sua articulação financeira ou econômica. Implica, fundamentalmente, escolher caminhos por onde as organizações e a população envolvida entendem ser mais importante ou adequado de trabalhar.

Ainda, não se pode esquecer que para o êxito do projeto, a participação de todos os atores envolvidos é fundamental. Se esta participação se der de forma efetiva, a condução das ações e a avaliação dos resultados atenderão interesses coletivos e apresentarão melhores resultados. Caso contrário, todo trabalho desenvolvido não alcançará a validade desejada e conseqüentemente as organizações sociais ou públicas perderão credibilidade.

Neste contexto, é necessário ainda, que os projetos, programas e serviços, estejam atentos à realidade social do local de intervenção, pois cada região tem suas peculiaridades. Ainda, conforme Stephanou et.al (2003, p.22):

Tais atores são portadores de interesses diferenciados, de lógicas institucionais e políticas diversas e possuem diferentes visões a cerca da realidade social sobre a qual se dará a ação.

Contudo, é preciso saber que a elaboração de projetos sociais tem um ciclo definido, ele deve ter começo, meio e fim. Ou seja, segundo Ávila (2001, p.42) “todo projeto deve passar necessariamente, por três momentos: o planejamento, a implementação e avaliação”. O respeito a estas etapas, torna o projeto interligado e coerente, fortalecendo conquistas concretas e proporcionando mudanças significativas aos beneficiários.

2.2 DEFINIÇÃO DE INVESTIMENTO

Para o desenvolvimento deste estudo, se faz necessário conhecer o conceito de Investimento e suas ramificações ligadas ao tema.

A palavra Investimento, lembra aplicação de recursos com a expectativa de receber algo em troca. Porém existem outros tipos de retorno onde é necessário conhecer seu significado de forma mais ampla e perceber que este retorno pode se dar através de lucro financeiro ou capital, no caso da economia, mas também social, a partir do investimento social do estado ou do investimento social privado, que trata-se da proposta deste estudo e será exemplificado nos itens a seguir.

2.2.1 Investimento social do estado

No setor público existem algumas formas de Investimento social, onde geralmente são realizadas a partir de orçamentos planejados e definidos, através do Plano Plurianual, que é proposto de quatro em quatro anos, além do ciclo orçamentário, que compreende a LDO (Lei de diretrizes orçamentárias) e LOA (Lei orçamentária anual).

Dentre estas, pode se destacar:

- Recursos para investimento do Estado a fundo perdido: sobre os quais não incidem custos financeiros e não se exige reembolso, mas é necessária a devida prestação de contas.
- Recursos disponíveis na forma de incentivos fiscais a financiadores privados: que é a dedução de impostos devidos e vem sendo bastante divulgado para pessoas físicas e jurídicas.

Mesmo oferecendo diferentes modalidades de investimentos, sabe-se que o estado é responsável pela seguridade social brasileira, através da saúde, educação e assistência social. Não se pode negar que a partir da Constituição Federal de 1988 a assistência social ganhou mais espaço na trajetória histórica deste segmento.

Porém, o estado não tem cumprido seu papel fundamental na totalidade e, cada vez mais, terceirizado seu compromisso com a assistência social para as fundações privadas e organizações da sociedade civil.

Segundo Lehfeld e Verona (2003, p.3):

Os investimentos sociais realizados pelo Estado evidenciam uma trajetória complexa e desarticulada das políticas sociais brasileiras, que acabam por possuir um caráter ambíguo voltado a uma intermediação dos interesses e reivindicações populares. Acabam por possibilitar somente um acesso discriminado a poucos recursos e serviços. São políticas pobres para os pobres.

Diante desta realidade cabe criar alternativas estratégicas para que a população tenha acesso aos mínimos sociais e consiga acessar seus direitos, garantidos pela Constituição Federal.

2.2.2 Investimento social privado

O Investimento Social Privado - ISP - deriva da Responsabilidade Social Corporativa, mas não pode ser confundido, pois tem seu foco restrito no investimento feito pelas organizações corporativas em programas, projetos ou ações sociais através de suas próprias fundações ou parcerias com organizações do Terceiro Setor que executam estas ações para seu público fim, a comunidade. Para ser considerado investimento social, é necessário que o benefício seja público e não atenda interesses pessoais. Desta forma, a expressão ISP diferencia-se das ações assistencialistas da filantropia tradicional, como afirma o Censo GIFE (2006, p.51):

O Investimento Social Privado é um aspecto da Responsabilidade Social que se liga diretamente com a comunidade através do investimento profissionalizado, comprometido e consciente, que se caracteriza pelo repasse voluntário de recursos privados em projetos de interesse público.

Para Fischer et al. (2005) o Investimento Social Privado é concretizado em projetos sociais, desenvolvidos a partir de parcerias entre as empresas e o Terceiro Setor, assim as empresas direcionam recursos para as organizações da sociedade civil, para que a mesma possa realizar ações sociais.

Quando se fala que ainda existem contradições, é porque autores pensam diferente com relação ao ISP, o que confunde os profissionais da área, que precisam adotar teorias pautadas em conceitos que mais se assemelham a realidade.

Segundo Falconer (1999, p.7) o Investimento Social Privado:

[...] Não se trata exclusivamente de filantropia, no sentido de caridade desinteressada, investimento estratégico: um comportamento de aparência altruísta, como a doação a uma organização sem fins lucrativos que atende também a interesses (mesmo que indireto) da empresa como a contribuição a formação de uma imagem institucional positiva ou o fortalecimento de

mercados consumidores futuros. Na defesa de seu próprio interesse de longo prazo, empresas adotam a prática de apoiar atividades como projetos de proteção ambiental, promoção social no campo da educação e saúde, dentre outros. O envolvimento de empresas se realiza tipicamente através de doações de recursos, da operação direta de programas, ou através de relações genericamente denominadas “parcerias” com organizações da sociedade civil.

Porém, mesmo que o investimento não seja desinteressado de benefícios futuros para a empresa, esta parceria muda o foco da relação entre empresas e Terceiro Setor. As ações corporativas deixam de ser caritativas e/ou de cunho religioso, passando a ser estruturadas de forma a levar em conta a preocupação com o desenvolvimento e a sistematização de todo o processo social, ou seja, as organizações sociais entram com o conhecimento técnico e a corporativa com o investimento do recurso.

O que antes era feito de forma primaria e sem muitos critérios, hoje pode ser feito de forma profissional e que atenda de fato as necessidades da população.

Segundo Coelho e Gonçalves (2007, p. 2), “a preocupação com o planejamento, o monitoramento e a avaliação dos projetos é intrínseca ao conceito de Investimento Social Privado e um dos elementos fundamentais na diferenciação entre esta prática e as ações assistencialistas”.

Neste sentido, a idéia não é vender um ‘produto social ou ambiental’ para as empresas, e sim, atuar em conjunto, com foco nos benefícios que a atividade fim trará para a sociedade.

Buscar estreitar estas relações e torná-las seguras é o grande objetivo do Terceiro Setor, configurando-se como uma das reais possibilidades e fontes para que se possa atingir a tão almejada sustentabilidade, como afirma Fischer (2005, p 82) “[...] a competência de articular-se com organizações empresariais começa a se tornar primordial porque as empresas já não seriam mais contatadas para intervenções emergenciais, mas, para estabelecerem alianças estratégicas com perspectivas de perenidade”.

Esta relação entre os setores é marcada por um grande aprendizado, onde só existem ganhadores. As Instituições adquirem segurança e proporcionam maior qualidade aos serviços desenvolvidos, as empresas realizam a responsabilidade social e melhoram a consciência social e os beneficiários acessam seus direitos e melhoram sua qualidade de vida.

Ainda, Schlithler, (2006) coloca que o Investimento Social Privado realizado por empresas, institutos e fundações, tem gerado inúmeras oportunidades de capacitação, ampliação de atendimento, adequação de instalações e melhorias de equipamentos, por meio de parcerias e financiamento de projetos sociais. O que essencialmente melhora a qualidade dos serviços prestados a comunidade e efetiva a necessidade de divulgar cada vez mais a grande oportunidade de melhorar a qualidade de vida da população brasileira através da parceria responsável entre empresas e entidades do terceiro setor.

2.3 CREDIBILIDADE E SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA DO TERCEIRO SETOR COM RELAÇÃO À APLICAÇÃO DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

O Terceiro Setor brasileiro passa, atualmente, por um período de transição e como consequência também por um período de grandes desafios. A transição, por conta da necessidade de tornar a gestão profissionalizada e ser capaz de usufruir de ferramentas que permitam e facilitem a relação com outros setores. E os desafios estão concentrados em conseguir dar visibilidade, legitimidade, credibilidade e principalmente atingir a sustentabilidade financeira das organizações.

Com o objetivo de vencer estes desafios, as organizações sociais têm buscado alternativas de geração de renda, de diversificação de fontes de financiamentos e parcerias. Como cita Armani (2008, p. 25).

O contexto da sustentabilidade de ONGs e movimentos sociais vem mudando muito desde o início dos anos 1990. Novos fatores têm contribuído para a conformação de um contexto nacional e internacional mais complexo, o qual tem levado as organizações a praticamente se reinventarem como condição para manter sua sustentabilidade sociopolítica e financeira.

É fundamental que o Terceiro Setor trabalhe a área de credibilidade e sustentabilidade financeira através da atuação transparente, mobilização de recursos e de maneira mais abrangente, através da diversificação de fontes de recursos. Uma das possibilidades que aparece como um cenário promissor é a relação das empresas com as organizações da sociedade civil, através do Investimento Social Privado.

As empresas resolveram acreditar que poderiam investir na iniciativa de transferir para a área social recursos, ferramentas e conhecimentos utilizados até

então para o fortalecimento e desenvolvimento do setor privado dando sustentação às iniciativas sociais.

Conforme Armani (2008, p. 28) “o apoio empresarial à ação social se amplia bastante, e a aproximação entre o setor e o campo das ONGs de direitos avança, mas com dificuldades, devido às diferenças e resistências mútuas”.

Acredita-se, que parte destas resistências estejam relacionadas ao processo histórico de algumas ONG's, que voltadas aos interesses individuais de determinados gestores desonestos, participaram ou participam, desenvolveram ou desenvolvem, ações fraudulentas, projetos inexistentes ou que não saíram do papel e desvio de recursos públicos e privados. Este tipo de organizações, denigrem a imagem do setor e acabam colocando todas as entidades na “vala comum”.

Porém, ONG's como O Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas de Criciúma, além de outras bastante sérias, com gestão transparente e trabalho verdadeiro ganham espaço na sociedade e passo a passo adquirem a confiança da sociedade e das empresas que realizam o Investimento Social Privado.

Este é um trabalho bastante árduo para as Entidades da sociedade civil, mesmo porque não basta somente o desejo de acertar é preciso o suporte financeiro para que a almejada sustentabilidade aconteça.

Portanto, a partir da construção deste processo de busca pela sustentabilidade, com relações construídas a partir da credibilidade e transparência, é que se desenha um possível caminho sólido para as organizações do Terceiro Setor.

3. A ENTIDADE DA SOCIEDADE CIVIL: BAIRRO DA JUVENTUDE DOS PADRES ROGACIONISTAS

O Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas é uma entidade da sociedade civil, criada em 1949 por iniciativa do Rotary Club. Inicialmente chamava-se SCAN – Sociedade Criciumense de Apoio aos Necessitados. Posteriormente, o Bairro da Juventude foi comandado pelos Padres Rogacionistas até ser entregue, em 1975, às mãos da sociedade. Assim, em Assembléia Extraordinária, foi colocado à disposição da comunidade cricumense e hoje sua estrutura organizacional encontra-se assim constituída:

- Assembléia Geral
- Conselho Deliberativo
- Conselho para Assuntos Econômicos e Fiscais
- Secretaria Executiva
- Corpo de Profissionais

A idéia de co-responsabilidade e comprometimento com a busca de soluções para problemas sociais defendida pela direção do Bairro da Juventude encontrou eco no meio empresarial e em toda comunidade criciunense, o que alavancou o crescimento de forma simples e objetiva, desenvolvendo potencialidades humanas através das oportunidades oferecidas aos usuários.

O Bairro da Juventude atende aproximadamente 1.500 crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social em período integral, de 81 bairros do município de Criciúma, oferecendo transporte gratuito, cinco refeições diárias, ambulatório de saúde com médico pediatra, técnica de enfermagem e dentista, espaço cultural e atendimento psicossocial.

A modalidade de atendimento desenvolvida pelo Bairro da Juventude de acordo com a Política Nacional de Assistência Social é a de proteção social básica, caracterizada por serviços de convivência e fortalecimento de vínculos, possibilitando o acesso dos usuários a saúde, alimentação, assistência social, psicológica e atividades sócio educativas.

Ainda, o Bairro da Juventude em parceria com a Prefeitura municipal de Criciúma desde 1994 cedia a E.M.E.I.F Pe Paulo Petruzzellis através de educação infantil e ensino fundamental, possibilitando a educação integral para as crianças e adolescentes. Também, desenvolve cursos profissionalizantes em parceria com o SENAI/SC.

3.1 FINALIDADES ESTATUTÁRIAS E INFRAESTRUTURA

O Estatuto Social do Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas, no artigo 1º, denomina a Entidade como associação de direito privado, de caráter educacional, cultural, desportiva, beneficente e de assistência social, sem fins econômicos e lucrativos. No Artigo 3º a Entidade apresenta como finalidade a educação, a cultura, o desporto, e a assistência social, em especial por meio do amparo, proteção e desenvolvimento da criança e do adolescente, com a prestação

de serviços de defesa de seus direitos, acolhida e proteção social, concessão de auxílios financeiros e materiais, de fomento aos convívios familiares, comunitários e sociais em plena sintonia com a Lei Orgânica da Assistência Social (LOAS) e com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

A entidade conta com uma excelente estrutura física, totalizando aproximadamente 9.000 m² de área construída, área verde com árvores e gramados, complexo esportivo (quadra poli-esportiva e campo de futebol suíço), parque infantil, refeitório com 500 lugares, cinema, biblioteca, auditório, ambulatório, salas de informática e sete veículos, entre os quais, três são ônibus que fazem o transporte gratuito de todas as crianças.

As atividades a serem desenvolvidas são planejadas trimestralmente, sendo que os materiais utilizados para desenvolver os programas e projetos são levantados pelos coordenadores em conjunto com os educadores e de acordo com a necessidade dos planejamentos das atividades.

3.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

MISSÃO

Promover e oportunizar a formação integral da criança e do adolescente em situação de risco pessoal e/ou social, com qualidade, através da educação escolar solidária e assistência social, junto à família, assegurando a todos o pleno exercício da cidadania.

VISÃO DE FUTURO

Ser referência nacional nos processos de educação solidária, em ambientes agradáveis, amplos e modernos, possibilitando o acesso universal à informação, com profissionais sempre qualificados e comprometidos, formando as gerações futuras.

VALORES

Honestidade, seriedade e transparência das informações.

- Ter honestidade e seriedade para que as nossas ações sejam alicerce do nosso trabalho, através de uma gestão pautada na transparência de informações perante toda a sociedade.

Otimismo e Motivação

- Acreditar na nossa capacidade de transformação do “eu” e do meio.

Espiritualidade e Amor

- Alimentar o espírito de amizade, generosidade, perdão, gratidão e compreensão entre o universo da instituição.

Comprometimento

- Ser comprometido com as causas da instituição acatando as normas, metas, objetivos e missão, vivenciando-as em suas ações e ensinamentos.

Competência e eficácia

- Desempenhar nossas funções, com competência e eficácia, buscando o aprimoramento pessoal e profissional contínuo.

Felicidade e alegria

- Realizar nossa missão gerando alegria e felicidade aos envolvidos com a instituição.

Respeito aos recursos captados

- Utilizar de forma criteriosa, consciente e econômica os recursos captados.

3.3 CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA MANUTENÇÃO DOS PROGRAMAS E PROJETOS

Para a manutenção de todos os programas citados, a Instituição, através do departamento de Marketing, desenvolve várias Campanhas, Convênios e Parcerias que possibilitam manter a qualidade e o nível do trabalho, levando oportunidades as mais de 1.500 crianças e jovens atendidos pelo Bairro da Juventude.

Campanhas Permanentes:



Campanha “Adote uma Criança” – Contribuição feita por pessoa física ou jurídica, através de débito em conta corrente, cobrança em carteira e no cartão Visa;

Campanha “Folha de Pagamento” – São contribuições feitas por funcionários de empresas participantes do projeto que autorizam o débito da doação em sua folha de pagamento após contato feito pela equipe de captação;

Campanha “Doação de Cartuchos de tinta usados para impressora” – Doação de cartuchos de tinta e tonners usados, que a Instituição recebe e encaminha para a reciclagem, mostrando a preocupação do Bairro da Juventude com o meio ambiente;



Campanha “Reciclar” – É a prestação de serviço, de coleta e armazenagem temporária de resíduos de classe I, oriundos da indústria e de postos de combustíveis a serem destinados para aterro industrial;

Campanha “Cartões de Natal” – Anualmente a Instituição comercializa cartões de Natal, com desenhos criados pelas crianças. Em 2011 foram comercializadas mais de 30.000 unidades para empresas e comunidade;



Adquirindo produtos com esta marca você estará colaborando com os projetos sociais desenvolvidos pelo Bairro da Juventude - Fone (46) 3433-9900

Selo “Amigos do Bairro da Juventude” – Consiste no uso de um selo em produtos e serviços industrializados e/ou comercializados, visando à canalização de um percentual mensal do faturamento da empresa em benefício do Bairro da Juventude.

O desenvolvimento da região passa pelo envolvimento de todos. E os gestores que já possuem esta visão sabem que aliar a corporação em uma entidade socialmente responsável, aproxima a empresa da sociedade e do seu próprio público alvo, construindo uma imagem positiva de sua marca. Atualmente 59 empresas tem o direito de usar este selo.

Campanha de Adoção à Distância - Com o constante apoio da Congregação Rogacionista, esta campanha, que possui padrinhos oriundos da Suíça e da Itália, tem sido desenvolvida e ampliada, sendo que, além de contribuir muito para o desenvolvimento das atividades, tem divulgado o nosso trabalho.



Toque do Bairro – Campanha de captação realizada através de *Call Center* visando à doação através de débito na fatura telefônica, cartão de crédito, ou fatura de água.

Almoços - No calendário de eventos possuímos varias datas especiais onde realizamos almoços para a comunidade, que tem participação efetiva nestes eventos e garante também o êxito dos mesmos.



Criançômetro – O Bairro da Juventude tem um custo de meio salário mínimo por criança/mês. Sendo assim foi criado um mecanismo de medição para demonstrar a quantidade de crianças que ainda estão descobertas financeiramente na Instituição.

Além das campanhas realizadas pelo setor de marketing e captação de recursos, existem muitos projetos específicos para as crianças, adolescentes e jovens, que são mantidos por empresas, através do Investimento Social Privado e que sem dúvidas qualificam os serviços realizados pelo Bairro da Juventude. Também, algumas destas campanhas como: Criançometro e Selo “Amigos do Bairro da Juventude”, contam com a participação de empresas parceiras que realizam o Investimento Social Privado.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1 TIPOS DE PESQUISA

Para concretização desta pesquisa, foi necessária a utilização das pesquisas: Bibliográfica e Descritiva.

4.1.1 Pesquisa Bibliográfica

Conceitua-se pesquisa bibliográfica aquela elaborada a partir de materiais já publicados como, livros, artigos e também materiais disponibilizados pela Internet, (Silva e Menezes, 2001).

A pesquisa bibliográfica foi essencial para a fundamentação teórica deste estudo, fornecendo subsídios necessários para o conhecimento das diferentes contribuições científicas sobre o tema pesquisado.

4.1.2 Pesquisa Descritiva ou de Campo

A pesquisa de campo proporcionou o maior aprofundamento e maior flexibilidade no planejamento das etapas necessárias para a conclusão deste estudo.

A partir da seleção de um determinado grupo, foi possível aplicar formulário de pesquisa em empresas que realizam o investimento social privado no Bairro da Juventude.

Segundo Gil (apud SILVA; MENEZES, 2001, p.21):

Visa descrever as características de determinada população ou fenômenos, ou estabelecimento de relações entre as variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento.

Este tipo de pesquisa foi fundamental para o levantamento das informações relevantes para este estudo.

4.2 ABORDAGEM DA PESQUISA

A pesquisa utilizada foi à quantitativa, pois, para que se tenha a dimensão aproximada da realidade, foi preciso conhecer dados traduzidos em números e

informações concretas, baseada em fontes diretamente relacionada ao objeto de estudo.

4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Neste estudo foi utilizado amostragem de 10 (dez) empresas no universo de empresas que realizam o investimento social privado no Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas de Criciúma - SC

Simplificando o conceito de população e amostra pode-se dizer que: população é o universo a ser pesquisado e amostra é parte deste universo. De acordo com Dagostin e Dal Toe (2010):

População é a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características definidas para um determinado estudo. Amostra é parte da população ou do universo, selecionada de acordo com uma regra ou plano. A amostra pode ser probabilística e não probabilística.

4.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados se deu através de pesquisa de campo, questionário e entrevista estruturada, a partir de documento elaborado para este fim e que posteriormente foi tabulado, analisado e será apresentado a seguir em gráficos para melhor visualização dos resultados deste estudo.

5 EXPERIÊNCIA DE PESQUISA

A experiência de pesquisa aplicada foi realizada através de questionário de perguntas de múltipla escolha e uma pergunta semi aberta, com 10 (dez) empresas que realizam Investimento Social Privado no Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas de Criciúma –SC.

Para definir o número de empresas que seriam entrevistadas pela pesquisadora, foi utilizada a amostragem intencional a partir de empresas que representam boa parte dos investimentos realizados nos programas e projetos da entidade.

As entrevistas foram agendadas através de contato da pesquisadora por telefone ou por e-mail e todas as empresas convidadas aceitaram participar.

Apenas uma das 10 (dez) empresas pesquisadas solicitou sigilo das informações, o que foi explicado que o nome da empresa não estaria atrelado a respostas individuais e sim coletivas na análise de dados.

A seguir serão apresentados os dados da pesquisa que foi estruturada em dois momentos: **1ª parte – perfil das empresas que realizam o Investimento Social Privado no Bairro da Juventude.**

2ª parte – Motivos que levaram a empresa a realizar o Investimento Social Privado no Bairro da Juventude.

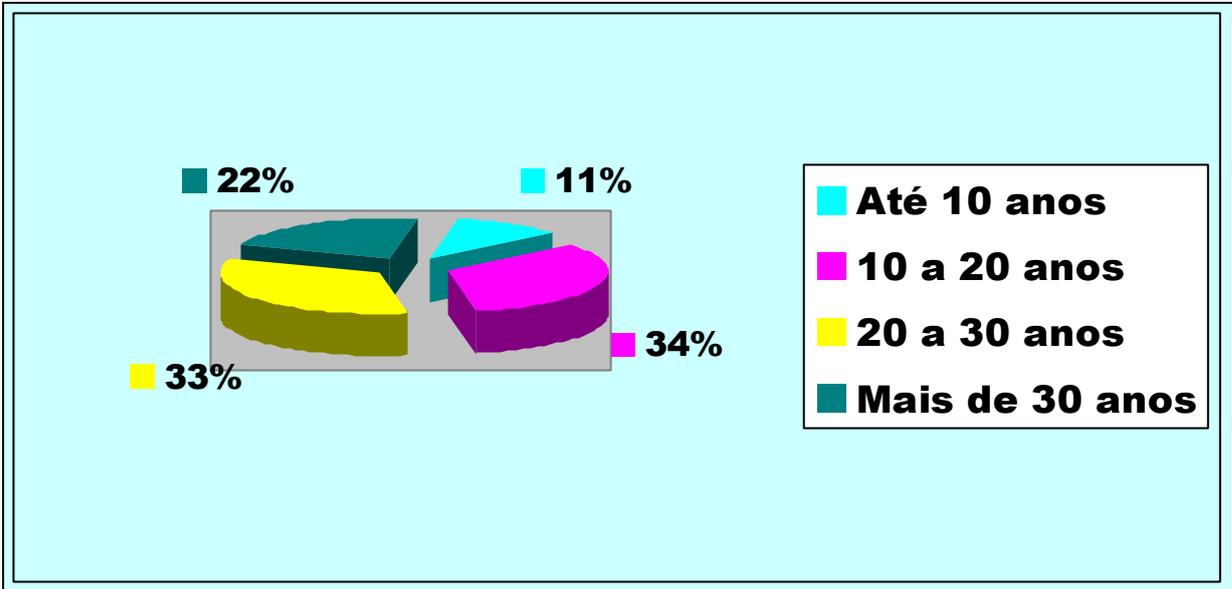
As empresas que participaram da pesquisa foram as listadas a seguir:

1. BETHA SISTEMAS
2. BIOFHITUS
3. CORCRIL RERIGERAÇÃO
4. EMPRESAS RIO DESERTO
5. GABRIELA REVESTIMENTOS CERAMICOS LTDA
6. LIPAPER PAPELARIA
7. METALURGICA BONFANTE
8. TSA QUIMICA
9. UNIMED – CRICIÚMA
10. USEALL SOFTWARE

1ª parte da pesquisa

Perfil das empresas que realizam Investimento Social Privado no Bairro da Juventude Tempo de atividade das empresas

Gráfico 1

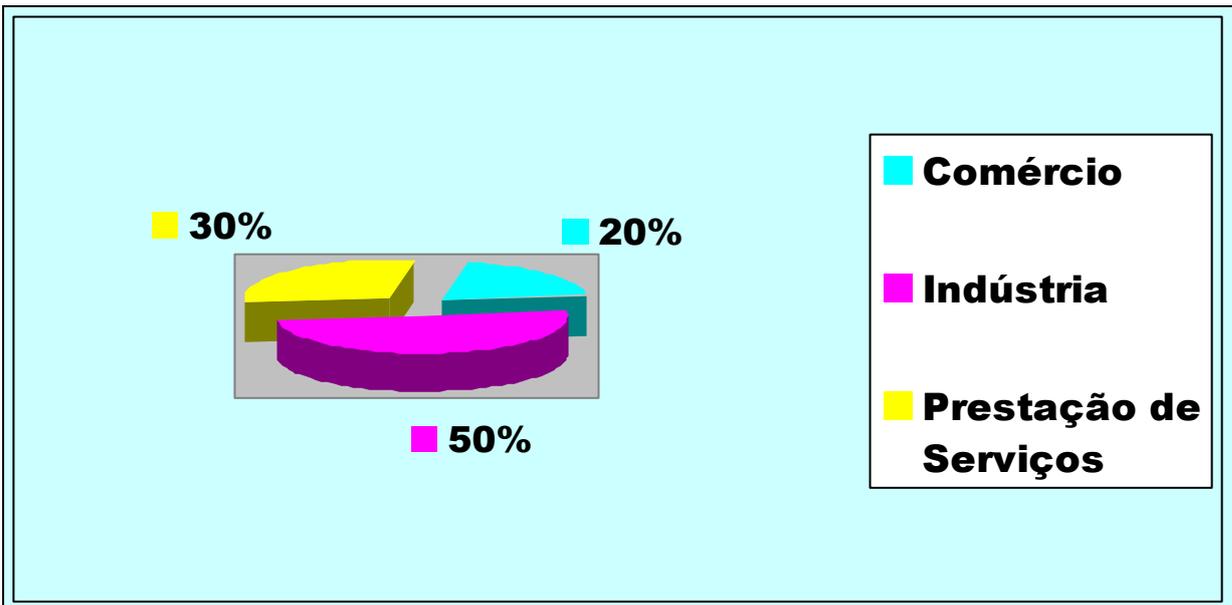


Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

O gráfico 1, refere-se ao tempo de atividade das empresas que realizam o Investimento Social Privado no Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas de Criciúma-SC. O que se pode perceber é que a maior parte das empresas tem de 10 a 30 anos de existência no mercado, ou seja, já estão consolidadas e seguras para investir em ações para a sociedade.

Tipo de atividade desenvolvida pelas empresas

Gráfico 2

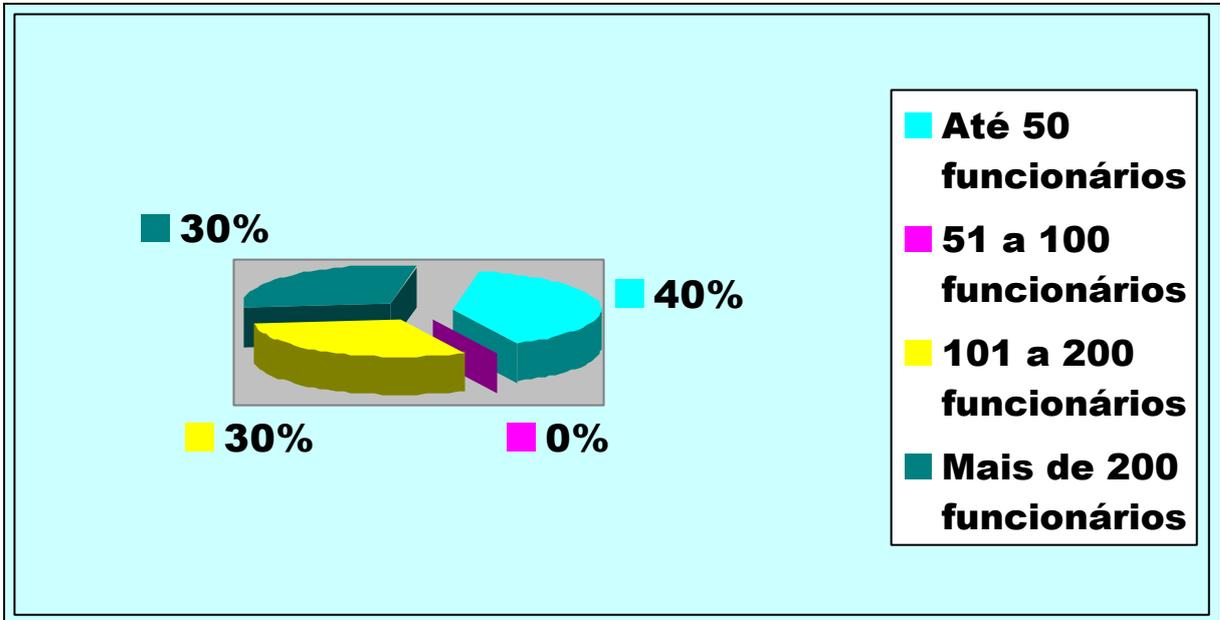


Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

O gráfico 2, representa o tipo de atividade desenvolvidas pelas empresas pesquisadas, onde pode-se perceber que a Indústria prevalece. Acredita-se que devido aos cursos profissionalizantes desenvolvidos pela instituição, estas empresas se identificam com a causa.

Número de funcionários das empresas

Gráfico 3

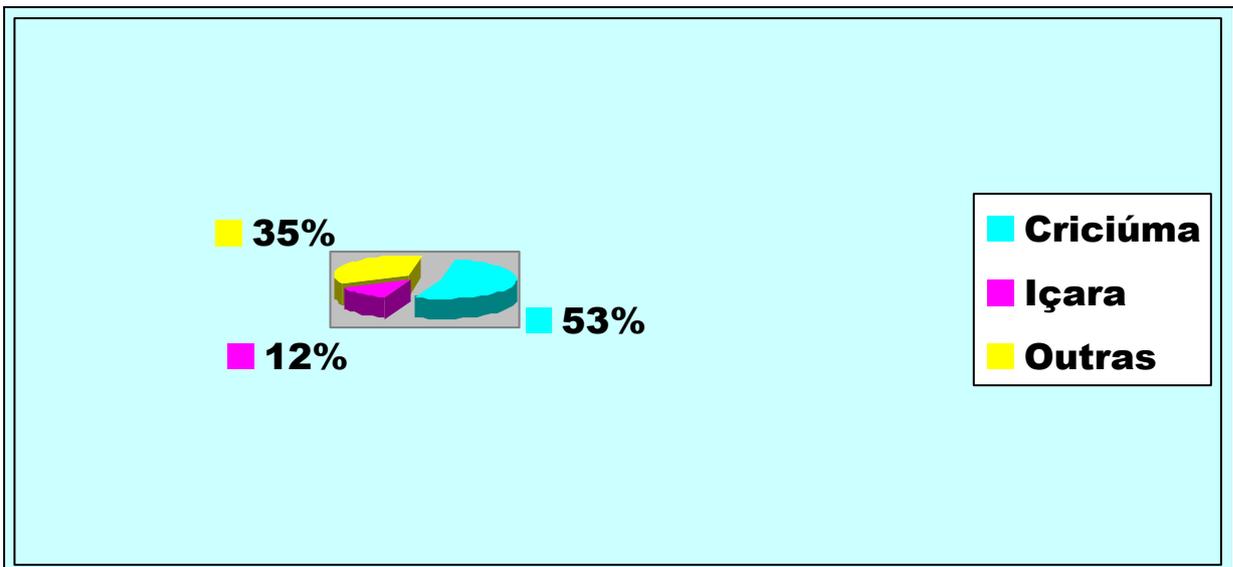


Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

O gráfico 3, indica o número de funcionários das empresas, onde 40% é de até 50 funcionários, evidenciando empresas de pequeno porte. Porém logo atrás as empresas com 101 até mais de 200 funcionários, ou seja, um público bastante eclético de empresas que realizam o ISP no Bairro da Juventude.

Cidades de atuação das empresas

Gráfico 4

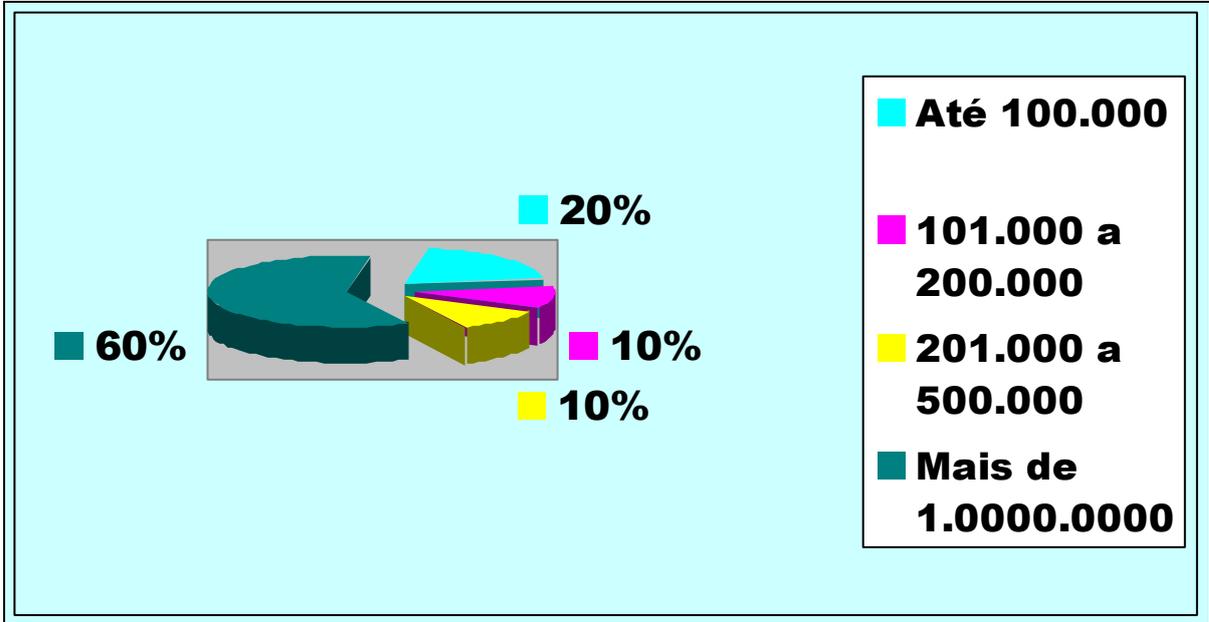


Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

O gráfico 4, demonstra as cidades de atuação das empresas que realizam o ISP no Bairro da Juventude, onde percebe-se que a maioria delas tem atuação somente em Criciúma, cidade sede da instituição.

Faturamento mensal das empresas

Gráfico 5

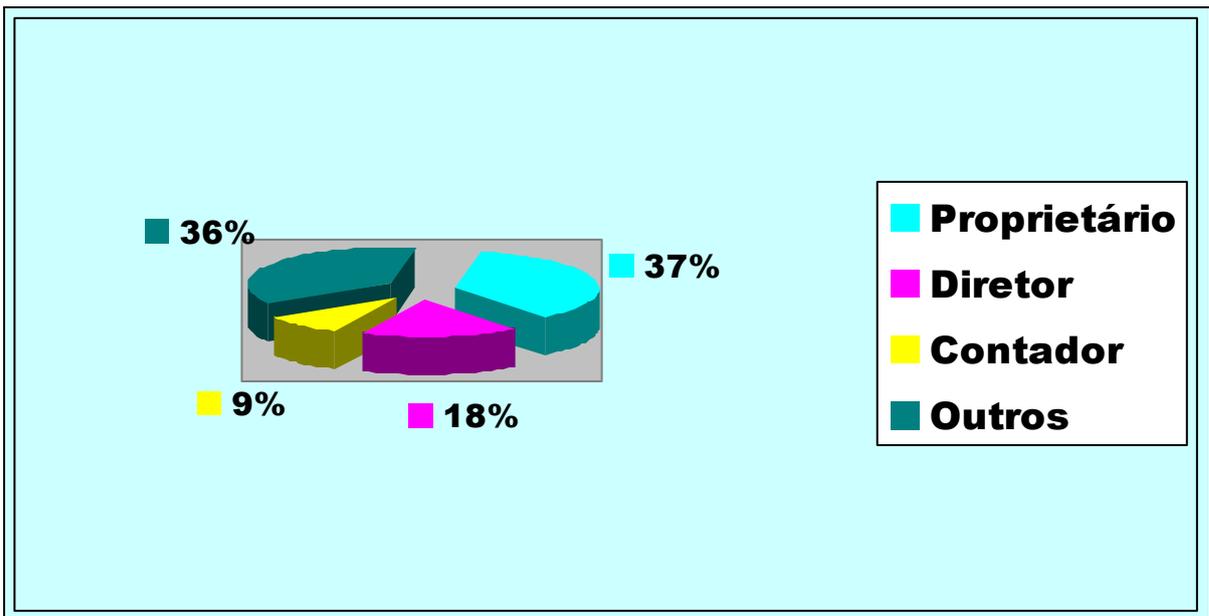


Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

O gráfico 5, representa o faturamento mensal das empresas pesquisadas, onde 60% apresenta resultados acima de 1.0000.0000 de reais.

Responsável pelo preenchimento da pesquisa

Gráfico 6



Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

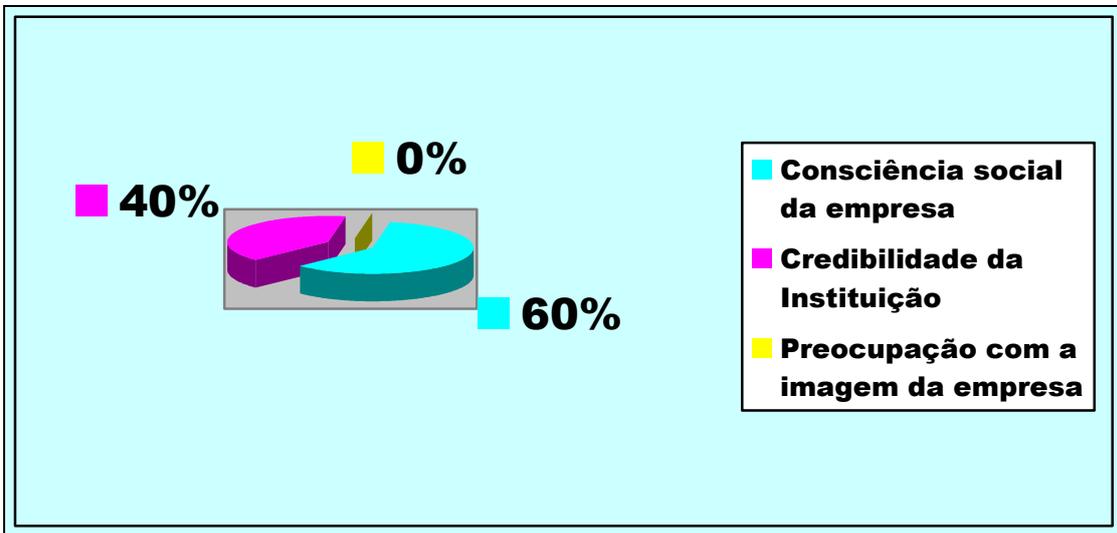
O gráfico 6, indica os responsáveis pelo preenchimento da pesquisa, onde a pesquisadora ficou bastante satisfeita, pois conforme demonstra o gráfico, a maioria dos entrevistados possui cargo de relevância na empresa, onde devido a boa relação com a entidade se colocaram a disposição para responder a pesquisa.

2ª parte da pesquisa

Motivos que levaram as empresas pesquisadas a realizarem o ISP no Bairro da Juventude

Qual o principal motivo que levou sua empresa a investir nos programas e projetos do Bairro da Juventude?

Gráfico 7

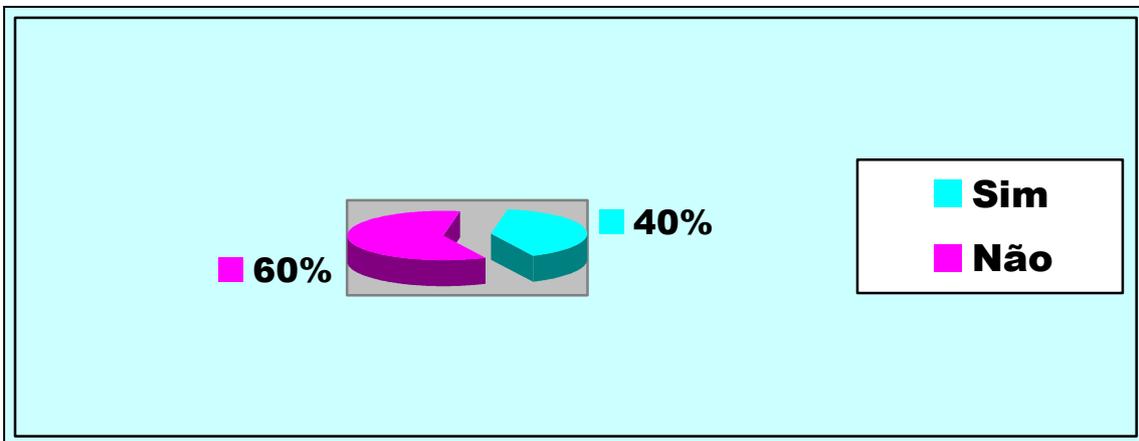


Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

O gráfico 7, refere-se ao principal motivo que levou as empresas a realizarem ISP no Bairro da Juventude, onde 60% realiza pela consciência social da empresa. Logo, 40% pela credibilidade da instituição, o que reforça a importância deste estudo.

Sua empresa investe em outros projetos sociais?

Gráfico 8



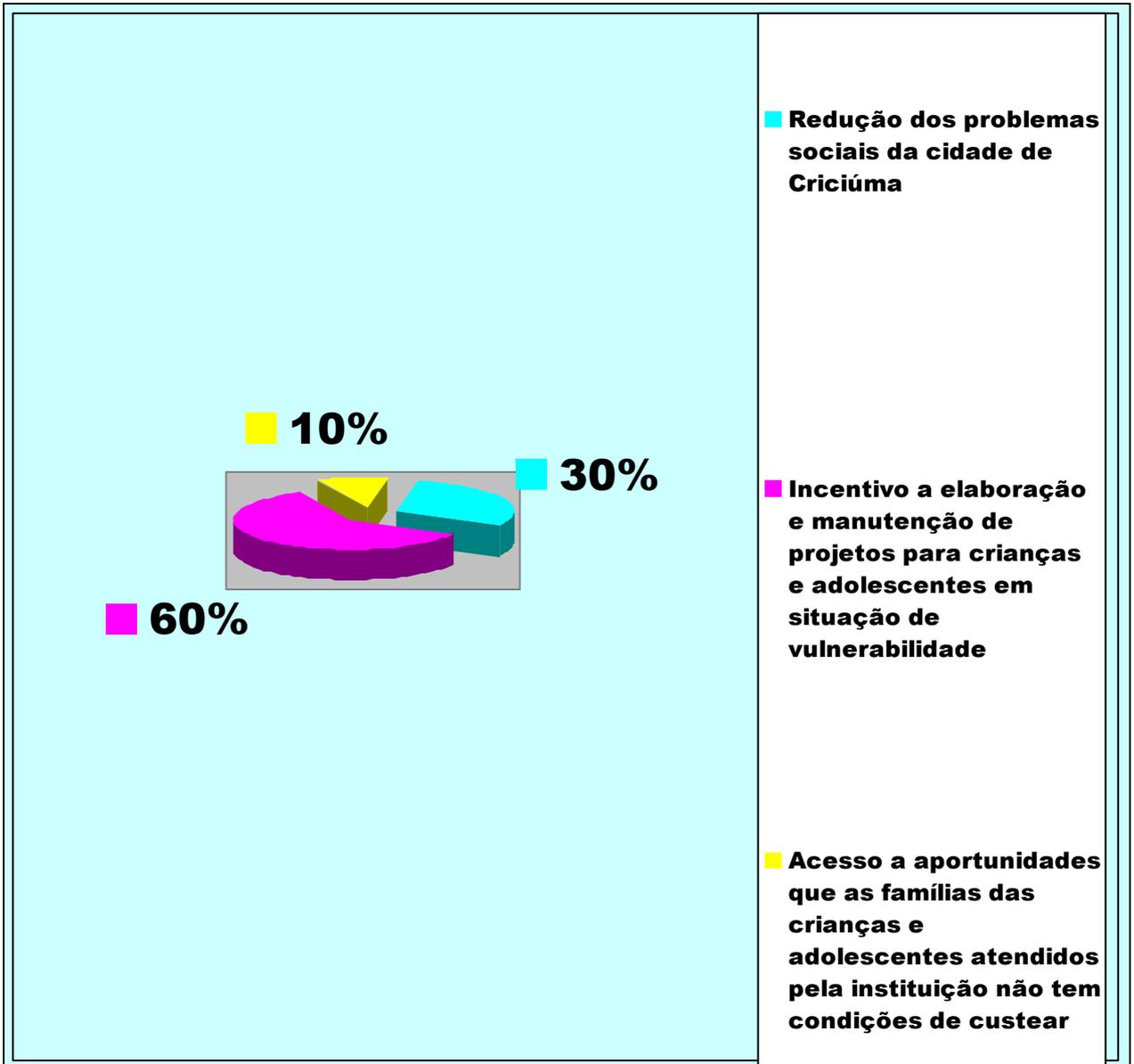
Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

Se sim quais? Incentivo a cultura, campanhas de arrecadação (agasalho, alimentos, brinquedos), curso de gestantes, Projeto Novo Horizonte, Projeto Clube do Bem Estar.

O gráfico 8, é uma pergunta aberta, que identifica se a empresa investe em outros projetos além do Bairro da Juventude, onde 60% relata que não e 40% que sim, porém, das que responderam que sim, somente 1 (uma), faz um investimento contínuo, as demais são pontuais.

Na sua percepção, a partir deste investimento, com o que sua empresa esta contribuindo?

Gráfico 9

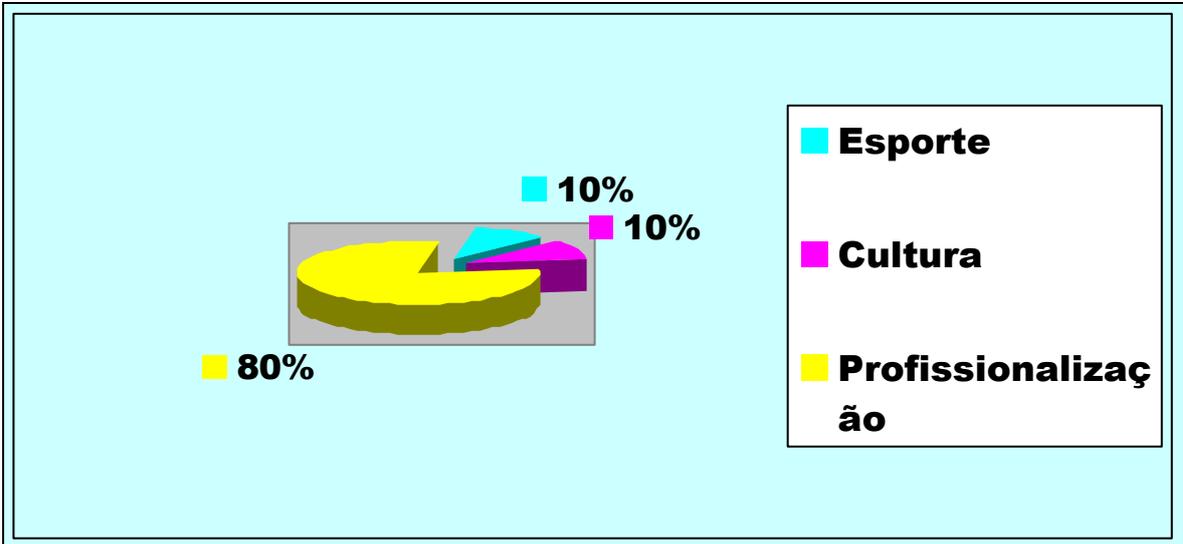


Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

O gráfico 9, identifica a percepção da empresa a partir do ISP, onde 60% realiza o investimento porque está incentivando a elaboração e manutenção de projetos para crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

Em sua opinião, em qual área os projetos desenvolvidos pelo Bairro da Juventude apresentam melhores resultados para as crianças e adolescentes?

Gráfico 10

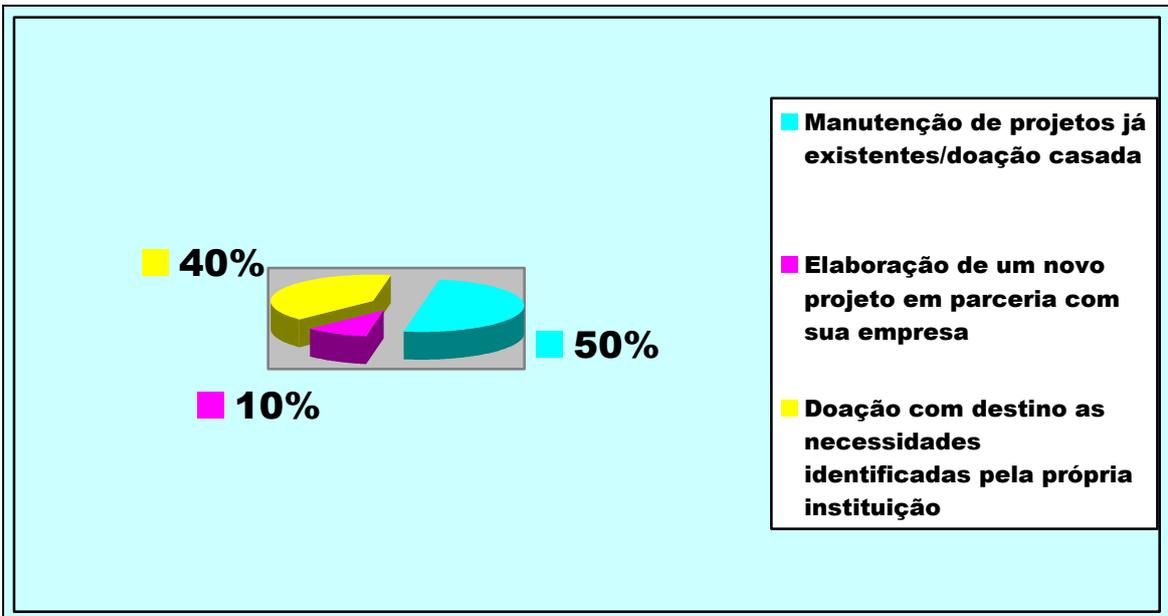


Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

O gráfico 10 representa a área que as empresas têm maior interesse em realizar ISP. Sendo que 80% apontam a Profissionalização como a mais importante.

Qual é o tipo de investimento social que sua empresa tem preferência em fazer?

Gráfico 11

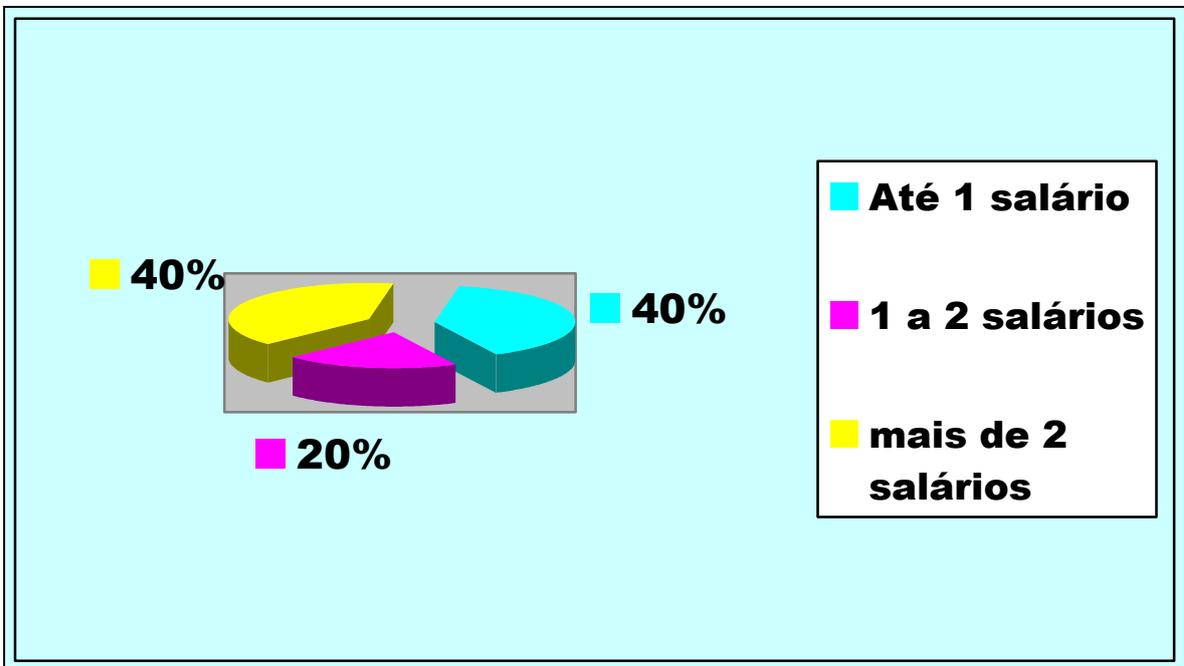


Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

O gráfico 11 representa o tipo de ISP de preferência das empresas, onde 50% preferem investir na manutenção dos projetos já existentes (elaborados pelo Bairro da Juventude) e 40% prefere investir em doação com destino as necessidades identificadas pela própria instituição. Somente 10% gostariam de elaborar um novo projeto em parceria com sua empresa.

Qual o valor do investimento social que sua empresa realiza no Bairro da Juventude?

Gráfico 12



Fonte: Empresas entrevistadas pela pesquisadora

O gráfico 12, apresenta o valor do ISP que as empresas pesquisadas realizam no Bairro da Juventude. Percebe-se que 40% investe até 1 (um) salário e 40% mais de 2 (dois) salários. Somente 20% investe entre 1 (um) e (dois) salários.

6 CONCLUSÃO

Este trabalho é o resultado de um estudo que exigiu muita pesquisa e reflexão. Ao escolher o tema, a acadêmica optou em focar na importância do investimento social privado para manutenção dos programas e projetos do Bairro da Juventude dos Padres Rogacionistas de Criciúma-SC. Este Foco foi dado a partir da necessidade da instituição em alcançar a sustentabilidade financeira, sendo esta, uma das principais preocupações da atual gestão.

Para que este estudo pudesse fazer sentido e atingisse seus objetivos, foi necessário pensar em todo processo histórico relacionado ao terceiro setor, organizações sociais, problemas e projetos sociais, para que a partir daí, pudessemos conceituar o investimento social privado e analisar a credibilidade e sustentabilidade das organizações sociais que recebem este tipo de investimento, em especial o Bairro da Juventude.

No decorrer deste estudo, foi necessária a utilização de pesquisa bibliográfica para a obtenção dos subsídios indispensáveis na fundamentação teórica, além de conhecer diferentes contribuições científicas sobre o tema pesquisado. Mais, do que o conhecimento do dia a dia foi preciso encontrar o embasamento filosófico e científico para ir ao encontro das necessidades da acadêmica. Ainda, a pesquisa de campo, realizada através de entrevista estruturada, proporcionou maior aprofundamento e conhecimento sobre o objeto de estudo. As empresas foram peças fundamentais para conclusão deste trabalho.

De maneira geral, por ser uma profissional da área social, o tema proposto era bastante familiar, porém, se pode destacar que um dos maiores entraves para realização deste trabalho foi encontrar referencial teórico sobre investimento social privado, pois este assunto é relativamente novo.

Pode-se dividir imaginariamente este estudo em duas etapas distintas, antes e depois de realizar a pesquisa de campo. Ou seja, na busca pela sustentabilidade financeira, as entidades do terceiro setor procuram ou desenvolvem as mais diversas estratégias de captação de recursos, sendo o Bairro da Juventude uma instituição que constantemente busca novas oportunidades. Nesta árdua e incansável busca, os indicadores de acertos e erros não são mensurados, portanto não se sabe se este é o caminho correto.

Porém, após esta pesquisa, acredita-se que a instituição esta no caminho

certo em busca da sustentabilidade financeira, consolidando-se como uma entidade séria, transparente, que realiza um trabalho verdadeiro e fundamental para redução dos problemas sociais de Criciúma.

A partir das entrevistas pode-se perceber que as empresas investem no Bairro da Juventude, porque acreditam nos trabalhos desenvolvidos pela instituição e abriram suas portas para que acadêmica pudesse realizar a entrevista. Apesar da correria do dia a dia dos gestores, nenhum deles se furtou em responder a pesquisa.

Portanto, conclui-se que o Investimento Social Privado é de fundamental importância para as organizações do terceiro setor, sendo que o Bairro da Juventude precisa, cada vez mais, procurar as empresas para firmar parcerias que serão estratégicas para manutenção de seus serviços. Estas parcerias possibilitaram que a instituição alcance a sustentabilidade e as empresas ampliem consciência social e realizem suas contribuições para sociedade. Ainda ambos, segundo e terceiro setor, juntos atuaram cada vez mais na redução dos problemas sociais.

Neste sentido, registra-se aqui, a necessidade de ampliar a captação de recursos da instituição Bairro da Juventude através do investimento social privado, além da sugestão de aumentar o número de empresas entrevistadas para realizar um estudo com 100% dos investidores.

REFERÊNCIAS

- AVILA, Célia M. de. **Gestão de Projetos Sociais**. São Paulo: AAPCS, 2001.
- ARMANI, Domingos. **Mobilizar para Transformar**: a mobilização de recursos nas organizações da sociedade civil. São Paulo, Peirópolis, 2008.
- ARMANI, Domingos. **Como Elaborar Projetos**: Guia Prático para Elaboração de Projetos Sociais. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.
- CENSO GIFE –Grupo de Institutos, Fundações e Empresas. **Como Divulgar Ações Sociais de Empresas**: São Paulo, 2006.
- COELHO, Michelle Queiroz; GONÇALVES, Carlos Alberto. **Avaliação do Investimento Social Privado**: Estudo de caso em uma Empresa do Setor Automobilístico. Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. Rio de Janeiro, 2007.
- DAGOSTIN, Roberto; DAL TOÉ, Rosane Aléssio. **Metodologia Científica**. Curso de Pós Graduação Lato Sensu: UNESC, 2010.
- FALCONER, Andrés Pablo. **A Promessa do Terceiro Setor**: um estudo sobre a construção do papel das organizações sem fins lucrativos e do seu campo de gestão. São Paulo: Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor, USP, 1999.
- FISCHER, Rosa Maria, et al. **Sustentabilidade sócio-ambiental através de alianças estratégicas intersetoriais**. Universidade Ricardo Palma, 2005.
- HUDSON, Mike. **Administrando Organizações do Terceiro Setor**. Makron Books, 1999.
- IBGE- **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2002**. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/fasfil/default.shtm>. Acesso em: 02 de abril de 2011.
- LEHFELD, Neide Aparecida de Souza; VERONA, Kate Fernanda. **O Estado e as Políticas Sociais Brasileiras**. IN: VIII Congresso Internacional del CLAD sobre a la Reforma del Estado y de la Administración Pública. Panamá, 2003.
- MANUAL DE FUNDOS PÚBLICOS: controle social e acesso aos recursos públicos. São Paulo: Peirópolis, 2004.
- MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial**: A administração do Terceiro Setor. Rio de Janeiro, 2005.
- OLIVO, Luis Carlos Cancellier de. **As Organizações Sociais e o novo espaço público**. Florianópolis: Editorial Stadium, 2005.

ROSSETTI, Fernando. **Tendências para o Investimento Social Privado**.2009. Disponível em: http://site.gife.org.br/artigos_reportagens_conteudo13363.asp. Acesso em: 03 de abril de 2011.

SCHLITHLER, Célia **O Diálogo dos Investidores Sociais com as Organizações da Sociedade Civil**. 2006. Disponível em:<<http://www.idis.org.br/biblioteca/artigos/o-dialogo-dos-investidores-sociais-com-as-organizacoes-da-sociedade-civil/>> acesso em 03 de abril de 2011.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: Laboratório de ensino a distancia da UFSC, 2001.

STEPHANOU, Luis, et al. **Guia para elaboração de projetos sociais**. São Leopoldo: Sinodal, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CALDEIRA, Menezes. **Princípios da Gestão Financeira**. Editorial Presença, 2001.

CENSO GIFE –Grupo de Institutos, Fundações e Empresas 2007/2008. São Paulo, 2008.

KISIL, Marcos. **Filantropia 4,0**: rumo ao investimento social privado num mundo globalizado. Rede GIFE on line, 22 out. 2007. Disponível em: http://www.gife.org.br/redegifeonline_noticias. Acesso em: 02 de abril de 2011.

MANUAL DE FUNDOS PÚBLICOS: controle social e acesso aos recursos públicos. São Paulo: Peirópolis, 2004.

SOUZA, Anézio Luiz de. **Investimento Social Privado e a Relação com o Terceiro Setor**. 2011. Tese (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, UNIVALI, Itajaí.

VOLTOLINI, Ricardo (Org.). **Terceiro Setor**: planejamento e gestão. São Paulo: Editora Senac, 2004.

APÉNDICE

BAIRRO DA JUVENTUDE DOS PADRES ROGACIONISTAS

Pesquisa realizada pela assistente social do Bairro da Juventude, para a esquisa de conclusão do curso de MBA Gestão Empresarial – UNESC.

Tema: A Importância do Investimento Social Privado, para manutenção dos Programas e Projetos do Bairro da Juventude do Padres Rogacionistas do Município de Criciúma – SC.

Formulário I

Perfil das empresas que realizam Investimento Social Privado no Bairro da Juventude

Nome da Empresa: _____

Tempo de atividade:-

Tipo de atividade desenvolvida: _____

Número de funcionários: () até 50 funcionários
 () de 51 a 100 funcionários
 () 101 a 200 funcionários
 () Mais de 200 funcionários

Cidade(s) de atuação: _____

Faturamento mensal: () até 100.000
 () de 101.000 a 200.000
 () de 201.000 a 500.000
 () Mais de 1.0000.0000

Responsável pelo fornecimento dos dados: _____

Cargo: _____

Data do Preenchimento: ____/____/____

Formulário II

Motivos que levaram a empresa a realizar o ISP no Bairro da Juventude

1. Qual o principal motivo que levou sua empresa a investir nos programas e projetos do Bairro da Juventude?

- Consciência social da empresa
- Credibilidade da Instituição
- Preocupação com a imagem da empresa

2. Sua empresa investe em outros projetos sociais?

- sim
- não

Se sim, quais? _____

3. Na sua percepção, a partir deste investimento, com o que sua empresa esta contribuindo?

- Redução dos problemas sociais da cidade de Criciúma
- Incentivo a elaboração e manutenção de projetos para crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade
- Acesso a oportunidades que as famílias das crianças e adolescentes atendidos pela instituição não teriam condições de custear

4. Em sua opinião, em que área os projetos desenvolvidos pelo Bairro da Juventude apresentam melhores resultados para as crianças e adolescentes?

- Esporte
- Cultura
- Profissionalização

5. Qual é o tipo de investimento social que sua empresa tem preferência em fazer?

- Manutenção de projetos já existentes/doação casada
- Elaboração de um novo projeto em parceria com sua empresa
- Doação com destino as necessidades identificadas pela própria Instituição

6. Qual o valor do investimento social que sua empresa realiza no Bairro da Juventude?

- até 1 salário
- de 1 a 2 salários
- mais de 2 salários