



Investimento Social Privado dos EUA no Brasil

Uma análise de empresas do Grupo +Unidos

3M e Instituto 3M
Accenture
AES Eletropaulo
Alcoa e Instituto Alcoa
Avon e Instituto Avon
Baxter
Bristol-Myers Squibb
Bunge e Fundação Bunge
Cargill e Fundação Cargill
Caterpillar
Chevron
Cisco
Citi
Coca-Cola e Instituto Coca-Cola
Cummins
Dell

Dow
DuPont
Esso
Fedex
Ford
GE e GE Volunteers
GM e Instituto GM
Goodyear
IBM Brasil
Intel
International Paper
Johnson & Johnson e Fundação Escola de Enfermagem R.W. Johnson
Ketchum
Kodak
Kraft

McDonald's e Instituto Ronald McDonald
Merck Sharp & Dohme
Microsoft
Monsanto
Nalco
Nextel
Nike
Pfizer
Procter & Gamble
Qualcomm
Rigesa
Rohm and Hass
Visteon e Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon
Wal-Mart e Instituto Wal-Mart
Whirlpool e Instituto Consulado da Mulher

Investimento Social Privado dos EUA no Brasil

Uma análise de empresas
do Grupo +Unidos

As informações, conclusões, interpretações e as opiniões expressas nesta publicação são de responsabilidade dos autores e não exprimem necessariamente o pensamento da Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional nem do Governo dos Estados Unidos da América.

© 2008 GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

Conselho de Governança

Gestão 2007 – 2009

Presidente

Denise Aguiar (Fundação Bradesco)

Conselheiros

Ana Toni (Fundação Ford)

Evelyn Ioschpe (Fundação Ioschpe)

Hugo Barreto (Fundação Roberto Marinho)

José Paulo Martins (Instituto Gerdau)

Luís Paulo Montenegro (Instituto Paulo Montenegro/IBOPE Inteligência)

Maurício Medeiros (Fundação Odebrecht)

Miguel Kringsner (Fundação O Boticário de Proteção à Natureza)

Sergio Amoroso (Grupo Orsa / Fundação Orsa)

Sergio Dias (Fundação Vale)

Sergio Mindlin (Fundação Telefonica)

Valdemar de Oliveira Neto (Fundación Avina)

Secretário-Geral

Fernando Rossetti

Projeto: Investimento Social Privado dos EUA no Brasil – Uma análise de empresas do Grupo +Unidos

Supervisão geral

Fernando Rossetti

Projeto editorial

P&B Comunicação

Coordenação

Fernando Nogueira

Banco de dados

José Luis Pedroso

Pesquisa e redação

Fabiana Pereira e Solange A. Barreira

Projeto gráfico e ilustrações

Alexandre Costa

Colaboração

Alex Alves e Alex Araújo (USAID),

Fernanda Galante (Consulado Americano – SP)

e Lello Vieira Ramos Junior

Mapas

Luiz Fernando Martini

ISBN

978-85-88642-14-4



GIFE

GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

Av. Brig. Faria Lima, 2413 – 1º andar – Jardim América

01452-000 – São Paulo – SP

Tel./Fax: (55-11) 3816-1209

e-mail: gife@gife.org.br

www.gife.org.br

Sumário

Prefácio	5
Apresentação	6
Introdução	8
Metodologia	11
1 Características da atuação social	17
2 Investimento Social e Objetivos de Desenvolvimento do Milênio	44
3 Investimento Social e áreas de atuação	69
4 Voluntariado	97
5 Considerações finais	116
6 Fichas técnicas de empresas, institutos e fundações	124
Índice remissivo de empresas, institutos e fundações	184

Prefácio

A USAID/Brasil (Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional), em parceria com 46 empresas americanas no país, torna público, por meio do GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas), o estudo *Investimento Social Privado dos EUA no Brasil: uma análise de empresas do Grupo +Unidos*.

Os investimentos sociais privados representam um grande avanço na integração da economia brasileira à economia mundial. A atividade empresarial contribui de forma significativa para a redução dos níveis de desemprego e pobreza, elevação de renda, promoção do desenvolvimento econômico e melhoria do bem-estar social.

Além disto, a sustentabilidade já faz parte da agenda empresarial nos dias atuais. A busca pelo desenvolvimento responsável e a gestão inteligente de pessoas, recursos naturais e financeiros mostram que as empresas estão se tornando mais conscientes dos seus papéis e responsabilidades perante a sociedade.

Pode-se observar que o setor privado tem procurado cada vez mais mensurar, documentar e responder com resultados positivos não só no aspecto econômico, mas também no ambiental e no social. As informações levantadas neste relatório demonstram como as empresas dos Estados Unidos têm operado no Brasil seguindo padrões de sustentabilidade e contribuindo para o crescimento econômico e social do país. O relatório também identifica uma série de desafios e oportunidades para estreitar as relações entre a comunidade empresarial e os governos dos Estados Unidos e do Brasil por meio de ações de responsabilidade social corporativa.

A USAID/Brasil acredita que as parcerias público-privadas são o melhor e o mais eficiente mecanismo para expandir oportunidades econômicas e promover a inclusão social e o desenvolvimento sustentável. É com este pensamento que o presente estudo busca apresentar uma nova perspectiva para fomentar parcerias, fortalecer a colaboração entre os Estados Unidos e o Brasil e promover a prosperidade global.

USAID/Brasil (Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional)

Apresentação

O ano de 2008 tem sido marcado no Brasil pelas reflexões sobre as duas décadas de nossa nova Constituição, ponto central no processo de redemocratização vivido nos anos 1980. A chamada “Constituição Cidadã” trouxe significativos avanços para as políticas públicas, e uma de suas principais contribuições foi reconhecer, de forma destacada, o novo papel de diferentes atores no desenvolvimento do país: a sociedade civil e o setor privado.

O Estado deixou de ser o único e exclusivo responsável pela implementação de políticas de promoção do bem-estar social e civil. Na maioria das áreas, ele é ainda o ator principal, mas novas leis afinadas ao espírito da Constituição, como o Estatuto da Criança e do Adolescente, sustentam ser também papel da família, da comunidade e da sociedade civil, de forma geral, zelar pela atenção às políticas de infância e juventude. As empresas tampouco foram deixadas de fora, como mostra o Código de Defesa do Consumidor.

A sociedade respondeu ao chamado de atuar junto ao Estado – ou fiscalizando sua ação – de forma clara: o número e a diversidade de organizações da sociedade civil cresceu expressivamente. Apenas de 1996 para 2005 tem-se um índice de crescimento da ordem de 215%, chegando hoje ao total de mais de 338 mil fundações e associações sem fins lucrativos no Brasil.

O papel das empresas também evoluiu ao longo dessas últimas décadas. Em primeiro lugar, atualmente, elas precisam se preocupar não apenas em produzir resultados financeiros, mas cada vez mais com a forma como são produzidos tais resultados – tendo a ética e a transparência como critérios de mérito. Além disso, viram a necessidade de dedicar à área social e ambiental a mesma seriedade na busca de resultados que empregam em suas atividades comerciais. Mais do que apenas fazer o bem, espera-se das empresas que o façam de forma sistemática, criteriosa, planejada, monitorada e com resultados concretos.

Tanto o “boom” do Terceiro Setor quanto a profissionalização da gestão das ações sociais das empresas foram favorecidos por organizações pioneiras, dentre as quais muitas companhias de origem americana. Estas empresas traziam de suas matrizes tradições e práticas há muito estabelecidas nos Estados Unidos e que encontraram solo fértil no Brasil.

Este relatório pretende contribuir, por um lado, com o resgate desse histórico, dando mais visibilidade a ações iniciadas há cinco, dez, 20 ou mesmo 30 anos, e, por outro, retrata uma maturação recente, que promete um impacto cada vez maior daqui pra frente.

Um exemplo interessante desse papel histórico das empresas americanas no país se confunde com o próprio nascimento do GIFE. Em 1989, formou-se um grupo de executivos de

empresas, fundações e institutos que passaram a se reunir na Câmara Americana de Comércio em São Paulo (SP) para trocar experiências e discutir desafios comuns em seu investimento social. O amadurecimento desse grupo resultaria na formalização do GIFE em 1995, com presença destacada de empresas e organizações de origem americana entre seus membros fundadores.

É, portanto, uma satisfação voltar anos depois daquelas reuniões para apresentar o resultado da sistematização e da análise das ações do Grupo +Unidos, composto por dezenas de empresas americanas presentes no Brasil, contribuindo com seu desenvolvimento econômico e social.

A missão do GIFE é aperfeiçoar e difundir conceitos e práticas do uso de recursos privados para o desenvolvimento do bem comum. Não foi difícil assim aceitar o convite da USAID/Brasil para realizar este estudo, dada sua compatibilidade com nossos princípios e objetivos institucionais.

A aproximação também rendeu um espaço para rico aprendizado e troca de experiências entre a rede de associados GIFE – atualmente composta de 113 organizações – e o Grupo +Unidos. Em especial, ambas as redes compartilham o desafio de articular e de integrar ações e instituições muito diferentes e ao mesmo tempo bastante complementares.

O presente documento trará, ao longo das próximas páginas, uma série de aprendizados, conquistas e oportunidades de atuação das empresas do Grupo +Unidos aqui analisados. O Grupo tem o desafio de usar as informações aqui levantadas para semear novas parcerias e alianças, além de pensar mais em impacto de larga escala. Nesse sentido, uma pergunta merece ser feita: existe um jeito americano de fazer ISP no Brasil? Sendo este o primeiro estudo, a diversidade de experiências e organizações ainda não nos permite dar resposta conclusiva.

Mas a identidade americana comum traz, no mínimo, uma tradição de relacionamento com a comunidade e uma preocupação com os resultados louváveis. E, fundamentalmente, demonstra o compromisso dessas empresas com o desenvolvimento de longo prazo do Brasil, conforme o leitor poderá notar.

GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas)

Introdução

O Grupo +Unidos nasceu no segundo semestre de 2006, com a seguinte missão: “ fortalecer alianças entre os setores público e privado para otimizar e intensificar os investimentos de responsabilidade corporativa dos EUA no Brasil de forma sustentável, a fim de alcançar os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio”. Foi criado por iniciativa do embaixador dos Estados Unidos para o Brasil, Clifford Sobel, com apoio da USAID/Brasil (Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional) e da Amcham (Câmara Americana de Comércio).

Em 18 de outubro daquele ano, a Embaixada Americana convidou 30 empresas de diferentes áreas – com maior receita líquida e com maior número de funcionários no Brasil – para participar de uma mesa-redonda. A reunião, ocorrida nas dependências da Amcham, é considerada a pedra fundamental do Grupo +Unidos. Nos meses que se seguiram, foram chamadas para participar do fórum recém-criado outras companhias merecedoras de destaque por suas atividades no mercado, pelos programas de investimento social ou pelo interesse manifesto em fazer parte do Grupo, independentemente do porte.

Para inspirar os trabalhos e enriquecer os debates, a Embaixada Americana e a USAID/Brasil trouxeram ao país, em dezembro de 2006, o economista e professor Jeffrey Sachs¹, que proferiu uma palestra sobre responsabilidade social corporativa, no Consulado Geral Americano em São Paulo. O evento teve a presença de 130 empresários, entre os quais CEOs e diretores, além de dirigentes de ONGs locais. Na ocasião, o professor chamou o Grupo à reflexão: “ Pensem sobre o que vocês têm, o que vendem as suas companhias, o que elas fazem e como essas capacidades singulares podem atuar nos lugares mais pobres, onde vivem pessoas que não conseguem pagar o preço de mercado por suas mercadorias e serviços. Aí está uma oportunidade para agirem em prol da transformação social real e histórica. Recomendo levarem essa idéia adiante, porque vocês podem ser uma força profundamente transformadora num momento crucial da história deste país” .

As palavras de Sachs somadas ao empenho da Embaixada e dos empresários já mobilizados conduziram representantes de 50 companhias à segunda reunião do +Unidos, em 1º de março de 2007. Deliberou-se, também, desenvolver um site oficial no domínio web da

¹ Sachs está entre os economistas de maior influência no mundo. Dirige o Instituto da Terra, da Universidade de Columbia, é diretor do Projeto Milênio da ONU (Organização das Nações Unidas) e já publicou vários livros, entre eles, o *best-seller O fim da pobreza* (São Paulo: Cia. das Letras, 2005).

Embaixada e iniciar um levantamento quantitativo e qualitativo sobre as ações de investimento social conduzidas pelas empresas.

Cinco meses depois, eram 63 as companhias participantes, e o site do Grupo já funcionava em: <<http://www.embaixadaamericana.org.br/csr-index.php>>. As primeiras iniciativas conjuntas começavam a tomar corpo, caso do Projeto de Restauro Floresta Mais Unidos, que consistiu no reflorestamento de área de preservação permanente (*leia na página 65*), e a Semana do Voluntariado, quando houve um plantio simbólico, com a participação do embaixador Sobel. Algumas empresas também colaboraram com apoio financeiro ao Programa Jovens Embaixadores, iniciativa da Embaixada Americana, que levou aos Estados Unidos jovens estudantes da rede pública, de baixa renda, escolhidos pelo perfil de liderança em suas comunidades (*leia na página 71*).

A essa altura, a USAID/Brasil firmou parceria com o GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas) para conduzir um estudo crítico sobre o ISP (Investimento Social Privado) das empresas do Grupo +Unidos. Entre os propósitos do trabalho estavam:

- sistematizar as realizações das companhias;
- formar grupos de afinidades e promover o intercâmbio entre elas;
- indicar caminhos para o amadurecimento individual e coletivo;
- apontar oportunidades e desafios para a atuação do Grupo;
- fomentar alianças com o poder público para execução de projetos em larga escala;
- levar ao conhecimento do público o ISP conjunto das empresas americanas no Brasil.

A partir dessas idéias e valendo-se de 13 anos de experiência no estudo de ISP no Brasil, o GIFE iniciou a análise das informações disponíveis, formulou questionários exclusivos, sistematizou informações e preparou o relatório que está em suas mãos. Ele é o ponto de partida para uma nova era de investimento social das 46 empresas que formaram o universo desta pesquisa e das 104 que, em outubro de 2008, compunham a força do Grupo +Unidos.

É preciso acrescentar que, durante a execução do estudo, as empresas do Grupo +Unidos continuaram promovendo atividades conjuntas. Merece destaque o primeiro workshop de investimento social, realizado em maio de 2008, para intercâmbio intensivo entre as empresas e formação de parcerias estratégicas em áreas de investimento afins.

Empresas participantes deste estudo:

3M, Accenture, AES Eletropaulo, Alcoa, Avon, Citi, Baxter, Bristol-Myers Squibb, Bunge, Cargill, Caterpillar, Chevron, Cisco, Coca-Cola, Cummins, Dell, Dow, DuPont, Esso, Fedex, Ford, GE, GM, Goodyear, IBM, Intel, International Paper, Johnson & Johnson, Ketchum, Kodak, Kraft Foods, Laboratórios Pfizer, McDonald's, Merck Sharp & Dohme, Microsoft, Monsanto, Nalco, Nextel, Nike, Procter & Gamble, Qualcomm, Rigesa, Rohm and Haas, Visteon, Wal-Mart e Whirlpool.

Demais empresas do Grupo +Unidos até outubro de 2008:

Abbott Laboratórios, ABnote, AC Nielsen, ADM do Brasil, Advent International, AIG, American Airlines, American Express, Anadarko, Bain & Company, Becton Dickinson, Bloomberg, Booz Allen Hamilton, Braskem, Ceras Johnson, Colgate-Palmolive, Continental Airlines, Deloitte Touche Tohmatsu, Delphi, Delta Airlines, Duke Energy, EDS Electronic Data Systems, El Paso, Elektro, Eli Lilly, Ernst & Young, Gates, Grant Thornton BDO, Goldman Sachs, Google, Halliburton, Hewlett Packard, JP Morgan, Kimberly – Clark, KPMG, Marriott Hotels, McKinsey & Assoc., Merrill Lynch, Metlife, Moksha8, Morgan Stanley, Motion Picture Association, Motorola, Oracle, Pepsico, PricewaterhouseCoopers, Prudential Insurance, Ryder Logistics, Sherwin Williams do Brasil, Springer Carrier, Starbucks, Sun Microsystems, TRW, Unisys, United Airlines, White Martins, Xerox, York International.

Metodologia

Em outubro de 2007, o GIFE teve o primeiro contato com informações compiladas do ISP das empresas do Grupo +Unidos – planilhas descritivas que haviam sido enviadas às empresas pela USAID/Brasil e relatavam suas ações sociais de 2006. Cada uma das ações havia sido relacionada a um dos oito ODMs (Objetivos de Desenvolvimento do Milênio), firmados em documento da ONU (*leia na página 59*).

Aderiram ao estudo 46 empresas, com atividades em diferentes áreas (alimentícia, cosmética, automobilística, farmacêutica, química, tecnológica, de serviços etc.). Treze delas eram mantenedoras de associações, institutos e fundações constituídos no Brasil e 20 haviam publicado balanço social com dados de 2006. Os balanços foram úteis para complementar informações das planilhas e relacionar ações que não haviam sido citadas inicialmente pelos respondentes de cada empresa (pessoas diretamente ligadas ao departamento responsável pelo ISP).

As companhias que não tinham publicado balanço social preencheram lacunas específicas, de forma a completar o mapeamento inicial e posicionar todas as participantes num patamar compatível para avaliação. Informações dos investimentos de 2007 foram solicitadas posteriormente, a fim de indicar a continuidade (ou não) de ações, inovações e/ou mudanças estratégicas na condução do ISP.

O GIFE aplicou questionários específicos, com o objetivo de apurar com mais acuidade os dados dos projetos e programas do Grupo +Unidos. Pesquisaram-se informações sobre estratégias do investimento social, concepção, seleção, monitoramento e avaliação de projetos, além de impactos concretos obtidos. Institutos e fundações receberam questionários próprios. Para armazenar todos os dados levantados e possibilitar o cruzamento preciso de informações, foi desenvolvido um banco de dados dedicado às empresas do Grupo +Unidos.

A todo o processo, o GIFE agregou a experiência de seu levantamento censitário, realizado desde 2001, com empresas, associações e fundações da chamada Rede de Associados GIFE, que reúne alguns dos principais investidores sociais privados do Brasil. As tendências de investimento dos associados GIFE são uma amostra qualificada do envolvimento dos investidores privados em áreas como educação, meio ambiente e cultura no país.

A seguir, encontra-se um passo-a-passo da execução do estudo, cuja produção durou um ano, entre a etapa inicial de pesquisa até a conclusão dos textos avaliativos, em outubro de 2008.

Etapa 1 – Coleta inicial de dados

- 1 Em 2006, a USAID/Brasil convidou as empresas do Grupo +Unidos a reunir em um estudo suas iniciativas de ISP (Investimento Social Privado) no país. A intenção era encontrar pontos em comum, trocar aprendizados e unir esforços.



- 2 Numa planilha proposta pela USAID/Brasil, o responsável pela área de responsabilidade social de cada empresa (CSR Officer) declarou as ações sociais da sua companhia, incluindo as iniciativas de voluntariado. A orientação era associar as iniciativas das empresas aos oito ODMs (Objetivos de Desenvolvimento do Milênio), estabelecidos pela ONU.

- 3 Entre as várias informações prestadas, estavam localização geográfica, perfil do grupo beneficiado, valor investido e número de beneficiários diretos e indiretos. Técnicos da USAID/Brasil receberam esse material no início de 2007, quando consolidaram os dados em um único documento. Neste ponto, a USAID/Brasil procurou o GIFE para realizar um estudo técnico.



Etapa 2 – Coleta de dados, questionários, tabulação



- 1 O GIFE examinou os dados coletados, verificou os balanços sociais, pesquisou informações públicas sobre o investimento social privado das companhias e formulou uma série de questões a respeito dos dados preliminarmente enviados.

- 2** Os CSR Officers responderam, então, a questionários específicos sobre a estratégia e a execução do ISP de 2006. Companhias com institutos e fundações receberam outro formulário específico. Posteriormente, foram requeridas informações relativas a 2007.



- 3** De posse das respostas, o GIFE esclareceu dúvidas finais, sistematizou informações em um banco de dados elaborado especificamente para esse estudo e também apontou mudanças significativas ocorridas no ISP de 2006 para 2007.

Etapa 3 – Interpretação de dados

- 1** Foram extraídos relatórios estatísticos, traduzidos em gráficos e tabelas, permitindo a visualização do cenário do ISP do Grupo +Unidos.



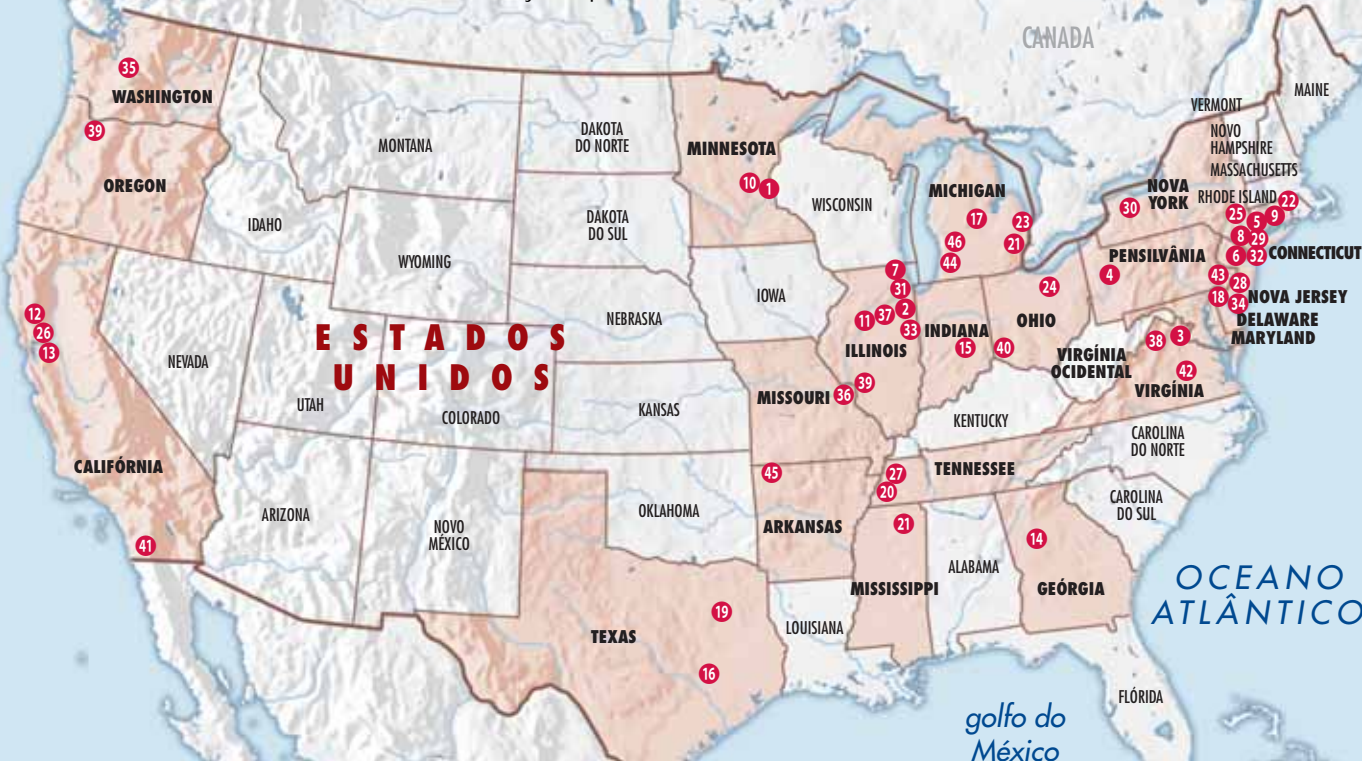
- 2** Especialistas em Terceiro Setor ajudaram na avaliação dos resultados, ao lado da equipe técnica do GIFE. Nasceu, assim, esse estudo inédito, com relatos de modelos de atuação e dinâmicas comuns entre as empresas, e que aponta importantes desafios e oportunidades.

península do Labrador

baía de Hudson

Matrizes das empresas analisadas

- 1 3M
- 2 Accenture
- 3 AES Eletropaulo
- 4 Alcoa
- 5 Avon
- 6 Citi
- 7 Baxter
- 8 Bristol-Myers Squibb
- 9 Bunge
- 10 Cargill
- 11 Caterpillar
- 12 Chevron
- 13 Cisco
- 14 Coca-Cola
- 15 Cummins
- 16 Dell



- 17 Dow
- 18 DuPont
- 19 Esso
- 20 Fedex
- 21 Ford
- 22 GE
- 23 GM
- 24 Goodyear
- 25 IBM
- 26 Intel
- 27 International Paper
- 28 Johnson & Johnson
- 29 Ketchum
- 30 Kodak
- 31 Kraft Foods
- 32 Laboratórios Pfizer
- 33 McDonald's
- 34 Merck Sharp & Dohme
- 35 Microsoft
- 36 Monsanto
- 37 Nalco
- 38 Nextel
- 39 Nike
- 40 Procter & Gamble
- 41 Qualcomm
- 42 Rigesa
- 43 Rohm and Hass
- 44 Visteon
- 45 Wal-Mart
- 46 Whirlpool

Sedes no Brasil das empresas estudadas



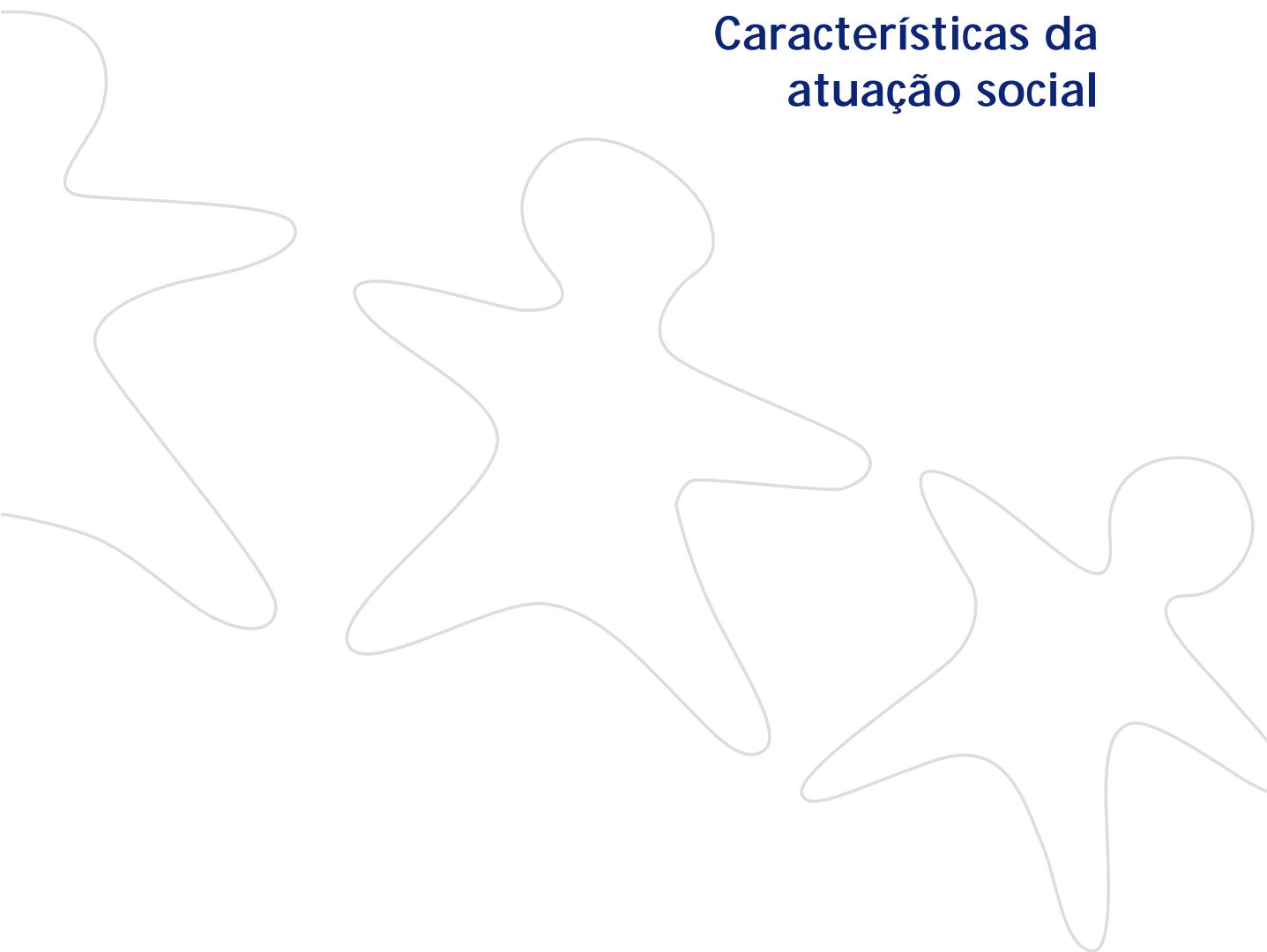
OCEANO ATLÂNTICO

Localização das sedes brasileiras

- 1** São Paulo – SP
Accenture, AES Eletropaulo, Alcoa, Avon, Baxter, Bristol-Myers Squibb, Bunge, Cargill, Cisco, Citi, Dow, Fedex, GE, Goodyear, IBM, Intel, Johnson & Johnson, Ketchum, Microsoft, Monsanto, Nalco, Nextel, Procter & Gamble, Qualcomm, Rohm and Haas, Whirlpool
- 2** Barueri – SP
DuPont, McDonald's, Nike, Wal-Mart
- 3** Guarulhos – SP
Cummins, Laboratórios Pfizer, Visteon
- 4** Rio de Janeiro – RJ
Chevron, Coca-Cola, Esso
- 5** Campinas – SP
Merck Sharp & Dohme, Rigesa
- 6** Mogi-Guaçu – SP
International Paper
- 7** Piracicaba – SP
Caterpillar
- 8** São Bernardo do Campo – SP
Ford
- 9** São Caetano do Sul – SP
GM
- 10** São José dos Campos – SP
Kodak
- 11** Sumaré – SP
3M
- 12** Curitiba – PR
Kraft
- 13** Eldorado do Sul – RS
Dell

1

Características da atuação social



1. Visão geral

As 46 empresas e 13 institutos e fundações do Grupo +Unidos participantes dessa pesquisa aplicaram 204 milhões de reais em ações de investimento social privado, promovidas em todos os estados do país, em três territórios e no Distrito Federal, ao longo do ano de 2006. Deste total, as companhias destinaram 150 milhões a 564 ações, pautadas sobretudo em áreas como educação, saúde, meio ambiente e formação para o trabalho (*leia a partir da página 81*). Outros 45 milhões foram empenhados pelos 13 institutos e fundações, ligados às suas respectivas mantenedoras. Compõem, ainda, o valor estimado de investimento social mais 9 milhões, destinados pelas empresas a 201 ações de voluntariado² (*leia na página 111*).

Ao lado do recurso financeiro efetivamente empregado, deve-se considerar uma série de mercadorias doadas e serviços pro bono que não puderam ser convertidos em espécie. Trata-se de toneladas de alimentos, milhares de itens como agasalhos, remédios, produtos de higiene, microcomputadores e impressoras, livros, material escolar, ou horas de planejamento estratégico em organizações não-governamentais, comunidades de base e escolas, entre outras colaborações (*leia na página 27*).

Todo esse apanhado de ações favoreceu de forma constante, regular e consistente 6 milhões de beneficiários diretos em 2006. Ou seja, 6 milhões de pessoas, de todas as regiões do país, de fato abrangidas em processos duradouros de transformação, propiciados pelo investimento social das empresas, institutos e fundações do Grupo +Unidos aqui analisados. Outros 32 milhões de brasileiros foram envolvidos ou beneficiados indiretamente. Estes últimos participaram de projetos culturais, educacionais e de saúde, por exemplo, tomando contato de forma pontual com produtos ou eventos, ou, ainda, se beneficiando por intermédio de uma pessoa capacitada pelas empresas, institutos ou fundações, a qual lhes transmitiu algum tipo de conhecimento.

No intuito de aprimorar e multiplicar a mobilização do Grupo +Unidos em prol da sociedade brasileira, o GIFE procurou verificar como essas 564 ações foram conduzidas, a partir das seguintes perspectivas:

² Uma vez que algumas iniciativas, inclusive de voluntariado, foram realizadas em variados locais do Brasil e em diferentes datas, mas acabaram resumidas como atividade única ao serem relatadas pela empresa executora, é possível afirmar que o total de iniciativas sociais do Grupo + Unidos em 2006 supera as cerca de 800 ações que serviram de base para a análise em curso. Em relação ao montante financeiro, ocorre o mesmo: como nem todas as ações foram descritas pelas companhias com as respectivas quantias que lhes foram destinadas, pode-se concluir que o ISP do Grupo + Unidos supera a cifra total apurada de 204 milhões de reais.

- estratégias de investimento utilizadas pelas empresas, institutos e fundações;
- repasse de recursos pela matriz americana e sua efetiva participação na aplicação das verbas;
- instâncias envolvidas na administração do investimento social privado;
- processos de seleção e/ou criação de projetos/programas;
- cultura de monitoramento e de avaliação de projetos/programas;
- impacto em indicadores sociais, humanos, ambientais e de desenvolvimento nas localidades beneficiadas;
- criação de soluções replicáveis em outras comunidades.

No que se refere à administração do investimento social, o que se observou, de maneira geral, foi a autonomia das filiais brasileiras: mesmo quando seguem a estratégia principal da matriz, as companhias americanas estabelecidas no Brasil estão livres para agir, adaptando-se às necessidades locais.

Quanto ao repasse de recursos, a pesquisa revelou um dado bastante importante: 65% das empresas estudadas receberam dinheiro do exterior, enviado diretamente pela sede americana ou por suas fundações, para ser aplicado em projetos sociais no Brasil.

Mais de um quarto das companhias estudadas mantinha institutos e fundações em 2006, os quais traduzem a intenção das empresas de manter um braço social focado e de realizar investimentos dirigidos e duradouros. Também se observou que as 13 empresas mantenedoras conduziram outros investimentos sociais, independentemente de seus institutos e fundações. Três outras empresas do Grupo +Unidos optaram por este caminho no ano de 2007, ao fundarem seus próprios institutos.

A cultura do monitoramento e da avaliação dos investimentos está disseminada entre as empresas, institutos e fundações do Grupo +Unidos, embora ainda se observe que é possível avançar nessas áreas, seja por meio do aprimoramento de processos, com a cooperação de especialistas externos, seja por esforço conjunto do Grupo em buscar novas alternativas para a condução dessas etapas, fundamentais na operação de ações sociais.

Em termos de impacto, a maioria das empresas declarou ter gerado soluções replicáveis em outras comunidades, ou seja, têm a percepção de que colaboraram para criar ou implementar tecnologias sociais. Elas contabilizaram, também, parcerias com o poder público, com replicação de suas iniciativas em grande escala. Além disso, projetos por elas apoiados ou executados foram adotados por outras companhias, pela matriz americana ou por filiais no exterior.

Doações de alimentos, mercadorias e equipamentos

Ao montante de recursos investidos no Brasil em 2006 é preciso ainda somar uma ampla gama de doações e de contribuições oferecidas à comunidade pelas 46 empresas do Grupo + Unidos. A lista de mercadorias é volumosa e representa um tipo de contribuição que complementa de forma importante os investimentos em dinheiro. Para se ter noção do tipo e da quantidade de materiais, seguem exemplos de doação única por empresa:

- 15,5 toneladas de alimentos;
- 54.750 litros de sopa;
- 3 mil kits escolares (apontador, bloco para desenho, caderno, canetas, borracha, lápis, régua, pasta, estojo);
- 320 mil livros, 20 computadores e 20 impressoras, 150 VHS e DVDs e 300 kits escolares;
- 207 computadores, 200 kits escolares e 750 cobertores;
- 185 softwares e 140 computadores;
- 32 passagens aéreas Brasil-EUA e hospedagens e cinco laboratórios computacionais completos (servidores, *workstations* e *desktops*);
- 1,2 tonelada de alimentos, 4.500 quilos de roupas e sapatos e 600 quilos de brinquedos;
- 40 toneladas de papelão, 4,5 toneladas de plástico, seis toneladas de ferro;
- 141.153 preservativos.

2. Características de atuação – empresas

Ao direcionarem os recursos do investimento social, as empresas podem: apoiar projetos de terceiros, criar e desenvolver programas próprios ou mesclar as duas opções anteriores. Entre as 46 empresas analisadas neste trabalho, a maioria (63%) afirmou ter baseado sua estratégia de 2006 no financiamento de projetos de terceiros concomitantemente à operação de projetos próprios. Nove companhias (20%) preferiram focar apenas em projetos de terceiros e sete (15%) investiram em iniciativas idealizadas internamente.

A principal tendência expressa pelas empresas do Grupo +Unidos avaliadas neste estudo coincide com a verificada no Censo GIFE 2007/2008³, no qual a maioria das empresas respondentes (58%) também declarou a estratégia de investimento duplo – operação de projetos próprios e financiamento de terceiros. Na segunda e na terceira posições, porém, há uma inversão: as associadas GIFE apontaram em segundo lugar a condução exclusiva de projetos concebidos internamente, com 32% de preferência. Essa mesma alternativa ficou em terceiro lugar no *ranking* do Grupo +Unidos, com 15%. A incidência relativamente elevada de foco exclusivamente em projetos de terceiros no Grupo +Unidos talvez possa advir da tradição da filantropia americana pautada na estratégia do *grantmaking*, ou seja, na habilidade de saber fazer bons investimentos em causas e organizações meritórias, que produzem bons resultados e grande impacto.

Quanto ao uso de leis de incentivo ou renúncia fiscal – meio que colabora para a composição de orçamentos de investimento social –, mais da metade das 46 empresas do Grupo +Unidos (55%) declarou não se valer de tal mecanismo. Os 41% que afirmaram utilizá-lo, aplicam-no como patrocínio a projetos culturais inscritos em Lei Rouanet ou praticam doações para Fundos da Infância e da Adolescência.

Mais da metade das empresas estudadas (52%) recebe pouca ou nenhuma influência da matriz dos Estados Unidos, sendo que:

- para 20%, não há nenhuma ligação;
- 17% adotam projetos da matriz, mas têm ações definidas localmente;
- 15% recebem poucas influências da empresa-mãe.

As companhias que acompanham os parâmetros definidos pela sede americana (46%) promovem adaptações no decorrer do processo de implementação no Brasil. Uma empresa (2% da amostragem) não forneceu dados.

Quanto ao aporte de recursos do exterior, apurou-se também que eles são enviados diretamente pelas matrizes ou por suas respectivas fundações a 65% das empresas estudadas.

A pergunta sobre a decisão de alocação das verbas foi respondida por 45 empresas e permitia combinar respostas. A apuração simples de incidência mostra que foram mais marcadas

³ O Censo GIFE 2007/2008 é a quarta edição da publicação e atualizou as principais informações de 80 de 109 organizações associadas à Rede GIFE na ocasião da pesquisa. Os dados completos estão disponíveis para download no seguinte endereço: <http://www.gife.org.br/conexao/gife_censo2008.pdf>.

(em ordem decrescente) as seguintes instâncias: diretoria de responsabilidade social ou equivalente; presidência; comitê multissetorial de responsabilidade social; e alta gerência. Conclui-se daí que a decisão do investimento está no *board* da empresa, na figura do presidente e de diretores de responsabilidade social, chegando ao nível gerencial. Departamentos como RH e de comunicação e marketing participam das decisões com razoável frequência. Porém o Investimento Social Privado não é assunto levado à assembleia geral de acionistas nem tem participação significativa do Departamento Financeiro.

A combinação de instâncias é a situação mais comum observada na hora de opinar sobre destinação de verbas para projetos (alta gerência com presidência; alta gerência com departamento de comunicação e marketing; alta gerência com diretoria de responsabilidade social). No entanto, em atuação autônoma (sem combinações com outras instâncias), o comitê multissetorial de responsabilidade social prevalece entre 18% dos 45 respondentes e é seguido pelo departamento de RH, com 11%.

Entre as 46 empresas participantes, 13 mantinham, no ano de 2006, institutos ou fundações constituídos no Brasil. Apenas três companhias (7%) afirmaram que tais instituições coordenavam todas as ações de Investimento Social Privado da empresa. Dados sobre institutos e fundações serão apresentados em detalhes adiante (*leia na página 37*).

Concepção, seleção, monitoramento e avaliação de projetos

No que diz respeito à concepção de projetos, 41% das empresas que compõem esse estudo revelaram que em 2006 eles eram criados, sobretudo, dentro da corporação, sem o auxílio de consultores. Em segundo lugar, com 31%, registrou-se que a maioria dos projetos foi proposta por terceiros (ONGs, associações religiosas, universidades etc.).

Ao responder sobre a forma como selecionaram os projetos para financiamento ou execução, 44 empresas se manifestaram, com a possibilidade de marcar mais de uma opção. Em resumo, se sobrepôs à alternativa de análise e aprovação na medida em que as organizações encaminham projetos, seguida por encomenda de projetos específicos. Poucas empresas (14%) promoveram concurso de projetos.

No momento de monitorar projetos e programas, a grande maioria das empresas (80%) conduziu acompanhamento técnico e financeiro em 2006. Só três (7%) não monitoravam os projetos, quatro delas (9%) optaram por realizar exclusivamente acompanhamento financeiro e duas (4%) não responderam. Esses números compõem um quadro positivo entre as empresas do Grupo +Unidos analisadas, pois o monitoramento é prática fundamental para medição de impactos e alimentação de um novo ciclo de planejamento. Além disso, o acompanhamento permanente dos projetos permite correções na estratégia durante a execução da atividade, o que a torna mais eficiente e próxima de seu objetivo.

Ao apresentar os expedientes utilizados para o monitoramento, prevaleceram opções de análise por técnicos internos. Poucas empresas contrataram monitoramento externo, fosse para avaliação de relatórios, fosse para visitas periódicas aos projetos. As 41 empresas respondentes marcaram da seguinte forma as quatro possibilidades combináveis sobre mecanismos utilizados:

- 26 para solicitação de relatórios técnicos periódicos aos responsáveis pelos projetos financiados, que foram analisados por seus técnicos internos;
- 20 para a opção de visitas periódicas realizadas por técnicos internos da companhia, sendo que 13 delas também solicitaram os relatórios posteriormente analisados por seus técnicos;
- com nove marcações cada uma, ficaram duas opções: contratação de técnicos externos para avaliar os relatórios técnicos periódicos solicitados aos responsáveis pelos projetos financiados e visitas periódicas realizadas por avaliadores externos.

Assim como o monitoramento, a avaliação é essencial para qualquer programa ou ação que pretenda promover práticas sociais mais efetivas, impacto na comunidade onde é implementado, com reflexos no município, no estado e no país, e desenvolvimento sustentável. No quesito avaliação, 40 das 46 empresas estudadas (87%) declararam ter utilizado mecanismos de avaliação em 2006. Apenas quatro disseram não avaliar os projetos que financiaram ou executaram.

As 40 companhias que promoveram avaliação também assinalaram as formas escolhidas para cuidar desse aspecto. Entre três opções combináveis, 30 delas afirmaram ter funcionários internos à frente do processo. Catorze declararam contar com membros da equipe da entidade financiada. Apenas dez empresas (22% da amostra total do Grupo) indicaram dispor de consultoria externa, sendo que seis delas usaram exclusivamente esse recurso.

Por último, foi perguntado quais os principais impactos causados por projetos já realizados ou apoiados. A maioria (27 das 46 empresas, ou 59%) tem a percepção de que, com suas ações de investimento social privado, vem criando tecnologia social, isto é, desenvolve método, técnica ou processo que pode contribuir para solucionar problemas sociais, se aplicados em outras comunidades. Vinte empresas (48% das analisadas) afirmaram que um ou mais projetos por elas executados ou apoiados transformaram uma comunidade ou população específica, com grande impacto em indicadores sociais, humanos, ambientais ou de desenvolvimento.

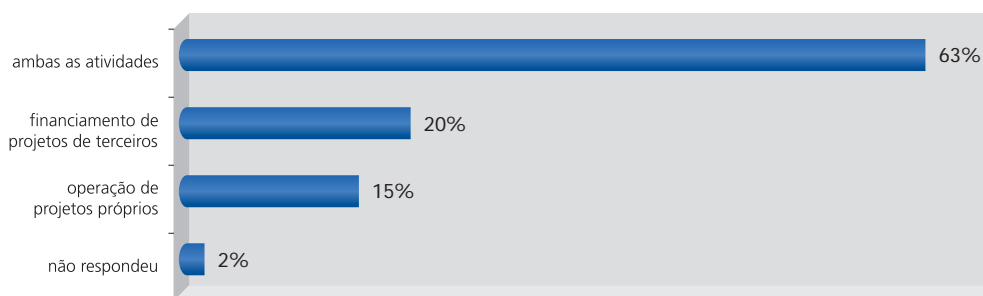
Segundo essas informações, mais da metade das empresas avaliadas informou que seu investimento social tem impacto transformador. Dez empresas também declararam que seus projetos foram adotados pelo poder público. Foram relatadas, ainda, experiências aproveitadas pela matriz ou filiais em outros países e colocadas em prática por outras empresas.

Dados das empresas em 2007

Repetiu-se entre as 46 empresas o índice de 55% de não-utilização de leis de incentivo fiscal nas ações sociais em 2007. A maioria (61%) não promoveu mudanças significativas na concepção, criação, seleção, monitoramento ou avaliação dos projetos de 2006 para 2007. Entretanto, 31 empresas (68%) declararam ter implantado novos projetos ou programas. Nas fichas técnicas de cada uma das companhias estão listadas as principais ações de 2007, incluindo novas iniciativas e mudanças estratégicas no Investimento Social Privado (*leia a partir da página 143*).

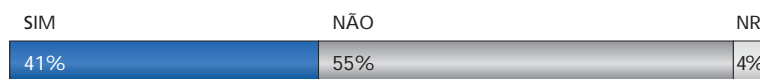
Gráficos – Características de atuação – empresas

Qual a principal estratégia de atuação da empresa em suas ações sociais?



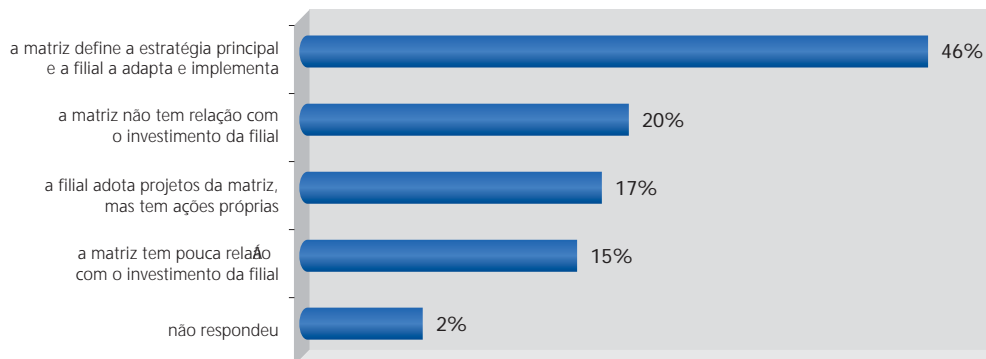
Resposta única; 46 respondentes

A empresa fez uso de leis de incentivo fiscal no Brasil em 2006?



Resposta única; 46 respondentes

Como se dá a influência da matriz no investimento social no Brasil?



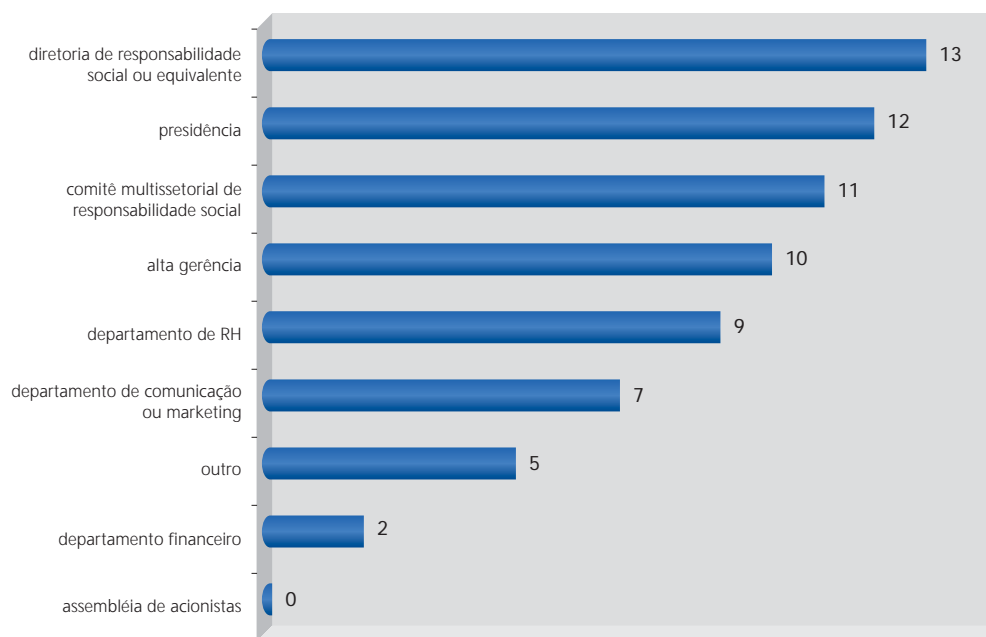
Resposta única: 46 respondentes

Os projetos no Brasil receberam recursos vindos dos EUA, enviados pela matriz e/ou por sua fundação no exterior?



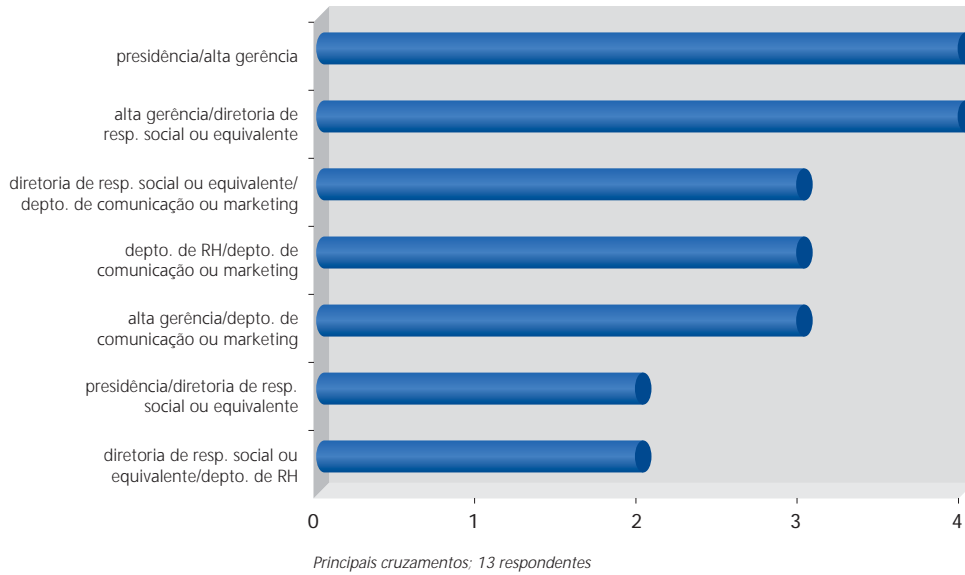
Resposta única: 46 respondentes

Que instâncias decidiam sobre os recursos financeiros destinados ao investimento social no Brasil em 2006?

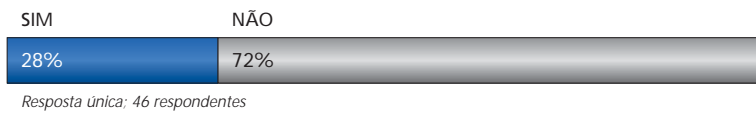


Múltiplas respostas: 45 respondentes

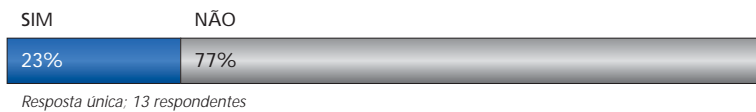
Principais tendências da decisão sobre recursos para investimento – empresas



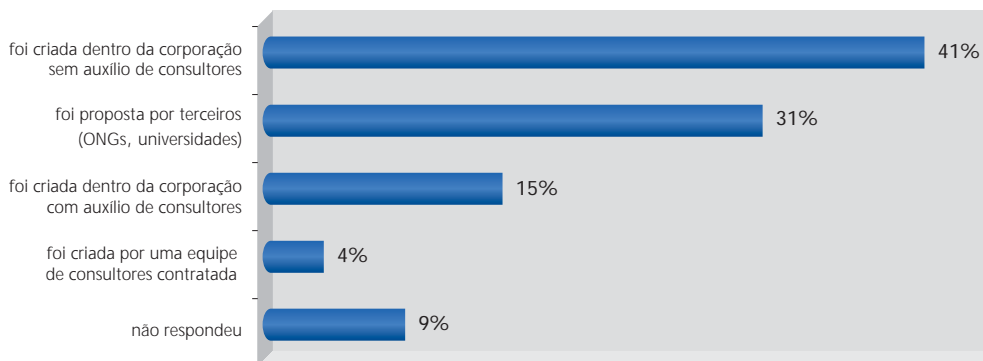
A empresa tinha um instituto ou fundação no Brasil em 2006?



O instituto ou fundação no Brasil coordena todas as ações de investimento social privado da empresa?

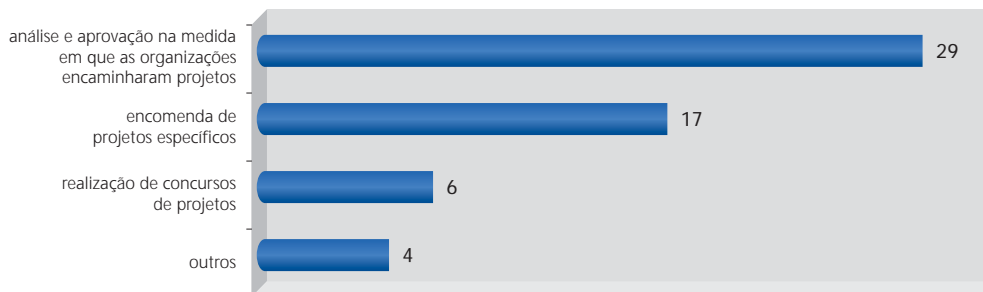


Como se deu a concepção dos projetos sociais da empresa em 2006?



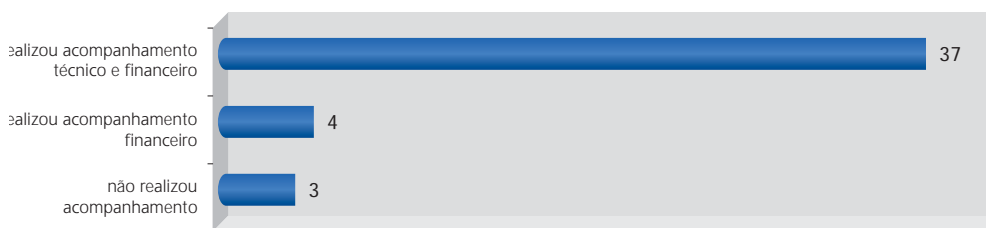
Resposta única; 46 respondentes

Como foi feita a seleção dos projetos para financiamento/execução em 2006?



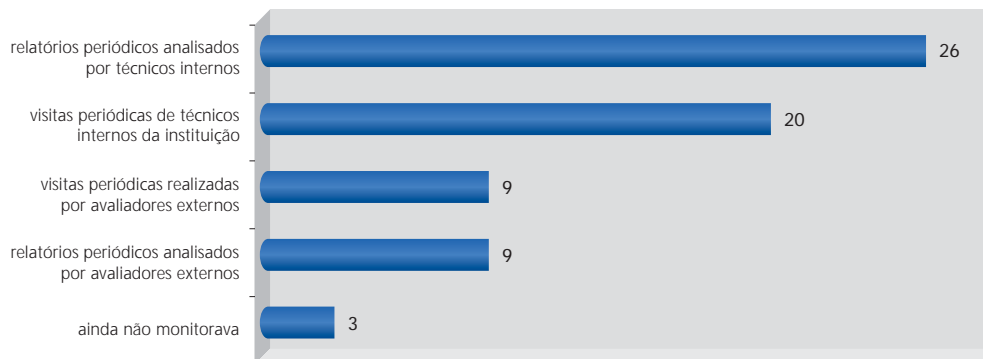
Múltiplas respostas; 44 respondentes

Como a empresa monitorou os projetos financiados/executados em 2006?



Resposta única; 44 respondentes

De que forma a empresa monitorou os projetos financiados/executados em 2006?



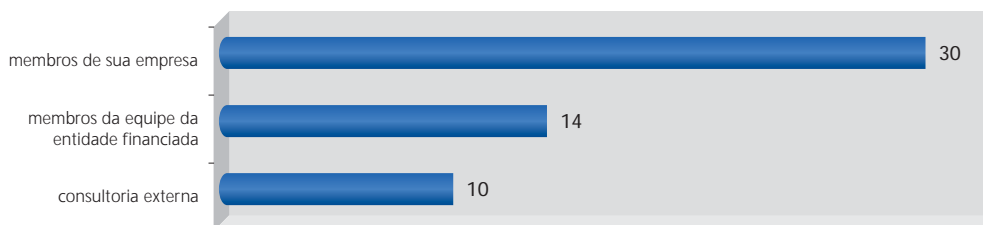
Múltiplas respostas; 44 respondentes

A empresa fez avaliação dos projetos que financiou/executou em 2006?



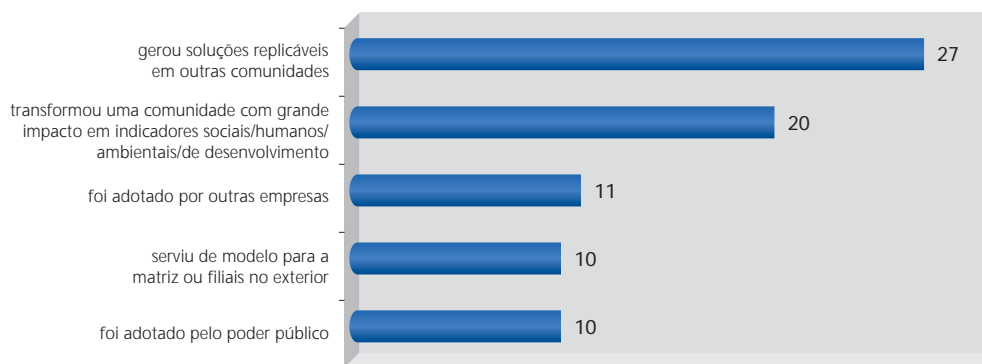
Resposta única; 46 respondentes

Quem conduziu a avaliação dos projetos que a empresa financiou/executou em 2006?



Múltiplas respostas; 40 respondentes

Quais os principais impactos que um ou mais projetos executados/apoiados pela empresa já provocaram?



Múltiplas respostas: 43 respondentes

Dados das empresas em 2007

A empresa fez uso de leis de incentivo fiscal no Brasil em 2007?



Resposta única: 46 respondentes

A empresa criou um instituto ou fundação no Brasil em 2007?



Resposta única: 46 respondentes

Houve alguma mudança significativa na gestão (concepção/criação, seleção, monitoramento e avaliação) de projetos do ano de 2006 para 2007?



Resposta única: 46 respondentes

Foram implantados novos programas/projetos/ações em 2007?



Resposta única: 46 respondentes

3. Características de atuação – institutos e fundações

Associações, institutos e fundações são organizações que podem ser criadas pelas empresas para gerir o investimento social corporativo (*leia quadro na página 38*). Entre as empresas estudadas do Grupo +Unidos havia, em 2006, 13 organizações desse tipo, fundadas no Brasil a partir de 1955:

Mantenedora	Organização	Ano de Criação
3M	Instituto 3M	2006
Alcoa	Instituto Alcoa	1990
Avon	Instituto Avon	2003
Bunge	Fundação Bunge	1955
Cargill	Fundação Cargill	1973
Coca-Cola	Instituto Coca-Cola	1999
GE	GE Volunteers	1997
GM	Instituto GM	1993
Johnson & Johnson	Fundação Escola de Enfermagem R. W. Johnson	1976
McDonald's	Instituto Ronald McDonald	1999
Visteon	Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon	1988
Wal-Mart	Instituto Wal-Mart	2005
Whirlpool	Instituto Consulado da Mulher	2002

Vale observar que sete das 13 organizações estudadas do Grupo +Unidos foram fundadas a partir de 1988 – ano de promulgação da chamada “Constituição Cidadã”, que foi um ponto de transição de políticas sociais assistencialistas para foco em políticas públicas emancipatórias – e até os primeiros anos do século 21. Nesse período de abertura do mercado brasileiro, marcado por privatizações e movimentos de fusão, instalaram-se no Brasil empresas com histórico de Investimento Social Privado em seus países de origem, influenciando a criação de organizações mantidas por corporações aqui. Além disso, entre 1996 e 2002 ocorreu no Brasil o chamado “boom do Terceiro Setor”, quando se registrou um aumento de 157% no número de

fundações e associações no país. Três fundações foram criadas mais recentemente, entre 2003 e 2006. Há, ainda, três organizações mais antigas, fundadas entre 1955 e 1976 e que conferem experiência e história ao Grupo +Unidos.

Para facilitar a abordagem dessas organizações, todas foram identificadas apenas como “institutos e fundações” no questionário enviado às suas mantenedoras e são assim referidas neste estudo. Deve-se entender, no entanto, que o universo estudado contempla as 13 organizações, incluindo as duas associações, a da GE e a da Visteon.

O que são associações, institutos e fundações

Segundo o Código Civil brasileiro, por associação entende-se uma entidade constituída a partir da reunião de pessoas organizadas em torno de uma causa comum, com fins não econômicos. Institutos, em geral, estão compostos na forma de associações. Quanto às fundações, surgem a partir de dotação especial de bens destinados a determinado fim, são criadas por escritura pública ou testamento e estão sujeitas à fiscalização do Ministério Público do Estado.

No estatuto das associações estão instituídos os direitos e deveres dos associados, as fontes de recursos, o funcionamento dos órgãos deliberativos e a forma de gestão administrativa e de aprovação das contas. Entre os órgãos típicos de uma associação estão a Assembléia Geral, o Conselho de Administração, o Conselho Fiscal e o Conselho Consultivo.

No caso das fundações, a alteração de estatuto depende da aprovação de dois terços de seus dirigentes e do Ministério Público. Seus órgãos típicos são o Conselho Curador, a Diretoria e o Conselho Consultivo. Em caso de extinção, o patrimônio da fundação pode ser destinado a outra fundação que se proponha a fazer um trabalho semelhante.

Ao criarem institutos e fundações, as empresas sinalizam um compromisso maior em desenvolver um Investimento Social Privado profissionalizado, com foco e de longo prazo, pois tais instituições, entre outros, favorecem o planejamento mais detalhado das iniciativas, permitem mais desenvoltura na gestão e na criação de parcerias em relação às iniciativas gerenciadas diretamente pelas empresas, além de conferirem mais transparência às intenções da empresa no campo social.

Adaptado de: Guia GIFE sobre Investimento Social Privado: como iniciar um programa de ação social na sua empresa.

Para saber sobre a composição do conselho de administração dos institutos e do conselho curador das fundações, perguntou-se sobre como estavam constituídos em 2006. Entre as 13 organizações, apareceram duas únicas tendências: mais da metade (54%) incluía somente mem-

bros vinculados à empresa mantenedora; a outra porção (46%) tinha conselhos mistos, com membros da mantenedora e da sociedade civil.

Quanto às atribuições dos respectivos conselhos em relação às ações realizadas, os institutos e fundações puderam escolher entre seis opções combináveis. As três opções mais marcadas foram:

1. aprovou as linhas de atuação da organização;
2. aprovou o plano de ação e orçamento;
3. foi consultado sobre decisões estratégicas da organização.

Em nove organizações (69% do universo), a seleção de opções continha pelo menos esses três aspectos, o que revela que os conselhos têm importante função decisória. Mais da metade das organizações também marcou atribuições como participação do conselho em eventos e na elaboração do plano de ação e do orçamento. Porém revelou-se pouco comum o conselho atuar na captação de recursos e na elaboração das linhas de atuação – opções escolhidas apenas duas vezes cada uma (15% dos respondentes).

Doze institutos e fundações responderam à pergunta sobre a origem de seus recursos e todos afirmaram receber verba da mantenedora brasileira. Três marcaram que obtêm também recursos da fundação americana. Com relação às esferas que decidem sobre os recursos disponíveis, as 13 organizações assinalaram a filial brasileira. Como se tratava de pergunta com possibilidade de resposta múltipla, duas indicaram ainda a participação da fundação americana e uma fez referência à matriz.

Esses dados mostram independência dos institutos e fundações brasileiros do Grupo +Unidos aqui analisados e são confirmados em uma pergunta específica sobre a influência da matriz no investimento social realizado no Brasil. Entre as 13 organizações, a grande maioria (69%) respondeu que a sede americana tinha pouca ou nenhuma influência. Outros 23% adotaram a estratégia de investimento social da matriz, mas com adaptações à realidade local. Tais números sugerem maturidade no grupo avaliado no que se refere à visão de que é necessário adaptar projetos à realidade local, em vez de apenas copiá-los mecanicamente. De outro lado, revelam que existe um espaço para que se firmem relações mais próximas e de parceria com as matrizes, as quais já acumulam mais experiência em ISP.

Ainda sobre os recursos financeiros, mas respondendo sobre instâncias internas que decidiram sobre sua destinação, verifica-se que o conselho é uma instância forte das organizações no aspecto decisório, enquanto a direção executiva não decidia sozinha sobre recursos. Onze

organizações (85%) marcaram, entre múltiplas opções, a participação do conselho de administração dos institutos e do conselho curador das fundações, enquanto a diretoria executiva (ou equivalente) apareceu em cinco respostas, combinadas: em três, com o conselho e, em outras duas, com a equipe técnica.

No detalhamento da escolha da estratégia das ações em 2006, duas tendências empataram com 46%: seis organizações optaram apenas pela operação de projetos próprios e outras seis financiaram projetos de terceiros concomitantemente à realização de projetos próprios. Apenas 8% investiram exclusivamente em ações propostas por terceiros. Esse perfil estratégico assemelha-se ao das fundações associadas ao GIFE. No Censo 2007/2008, 45% delas optavam pela estratégia dupla (projetos próprios e de terceiros), 38% operavam projetos próprios e 17% preferiam financiar terceiros. Uma das hipóteses para a prevalência da execução de projetos próprios pode residir no fato de que institutos ou fundações são criados para organizar os projetos próprios e profissionalizar sua execução e gestão.

Concepção, seleção, monitoramento e avaliação de projetos

Em 2006, a concepção de projetos nos institutos e fundações se dava basicamente em duas frentes: a maioria foi criada dentro da organização sem auxílio de consultores (39%) ou nasceu de proposição de terceiros (38%). Duas organizações afirmaram ter contratado equipe de consultores para conceber os projetos e uma os criou internamente, mas com auxílio de consultoria.

A forma de seleção de projetos foi esclarecida em questão com múltiplas opções de respostas e revelou duas tendências, marcadas cada uma por seis respondentes:

1. análise e aprovação de projetos na medida em que as ONGs os encaminham;
2. encomenda de projetos específicos.

A abertura das combinações de respostas mostrou poucas variações. Entre as organizações que promoviam seleção após encaminhamento pelas organizações, uma também marcou a encomenda de projetos. Nas outras seis em que a seleção se dava por encomenda, em uma também ocorriam os chamados concursos de projetos.

Quanto ao monitoramento dos projetos, entre os 13 institutos e fundações estudados, 12 afirmaram fazê-lo. Quase todos (85%) promoveram acompanhamento técnico e financeiro em 2006 e um optou pelo monitoramento exclusivamente financeiro. Quando essas 12 organiza-

ções responderam como conduzem o processo, 11 assinalaram a opção de visitas periódicas, realizadas por técnicos internos do instituto/fundação. E entre essas 11, verificou-se que:

- cinco também solicitaram relatórios técnicos periódicos analisados por técnicos internos;
- duas incluíram relatórios técnicos periódicos analisados por avaliadores externos;
- uma contratou avaliadores externos para visitas periódicas.

No que se refere à avaliação, 92% do universo estudado declarou praticá-la nos projetos financiados ou executados. Nas combinações sobre os envolvidos no processo avaliativo, dez respondentes (77%) afirmaram que membros do instituto/fundação fizeram a avaliação dos projetos, em dois deles a avaliação também se deu com auxílio de consultoria externa e em apenas um foram envolvidos ainda membros da equipe da instituição financiada.

Ao responder sobre o impacto dos projetos, todos os institutos e fundações marcaram pelo menos uma das múltiplas opções possíveis, revelando a percepção de já ter promovido algum tipo de impacto. Mais da metade dos 13 participantes (54%) respondeu que gerou soluções replicáveis em outras comunidades (tecnologia social). Quanto ao restante, em dois, houve projetos que foram adotados pelo poder público, em outros dois, as experiências serviram de modelo para a matriz ou filiais em outros países e, finalmente, dois restantes tiveram seus projetos adotados por outras empresas.

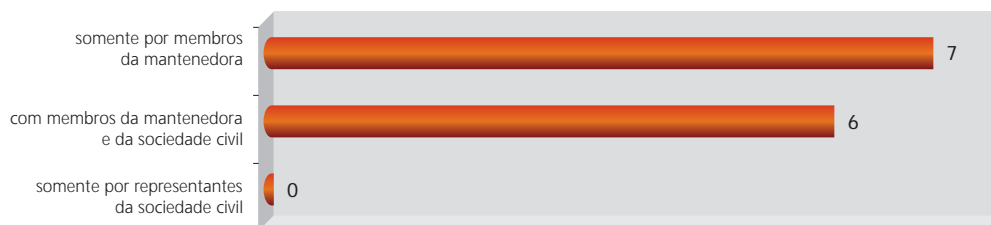
Dados de institutos e fundações em 2007

Em 77% das 13 organizações em estudo não houve mudança significativa na concepção, seleção, monitoramento e avaliação de projetos do ano de 2006 para 2007. Em contrapartida, 84% declararam ter iniciado novos programas, projetos ou ações. Nas fichas técnicas dos institutos e fundações estão listadas as principais ações de 2007, incluindo novos projetos implantados e mudanças estratégicas no ISP (*leia a partir da página 143*).

Em 2007, foram criadas três novas organizações dedicadas ao investimento social por: Cummins, International Paper e Nextel. A Cummins inaugurou o Centro Comunitário Irwin Miller, para atuar em projetos de geração de renda e capacitação profissional, o qual passou a funcionar em 2008. Ao longo de 2007, a International Paper fez o planejamento do Instituto International Paper, com foco em educação e meio ambiente, e cujas atividades se iniciaram formalmente no ano seguinte. A Nextel criou o Instituto Nextel, dedicado à educação de jovens.

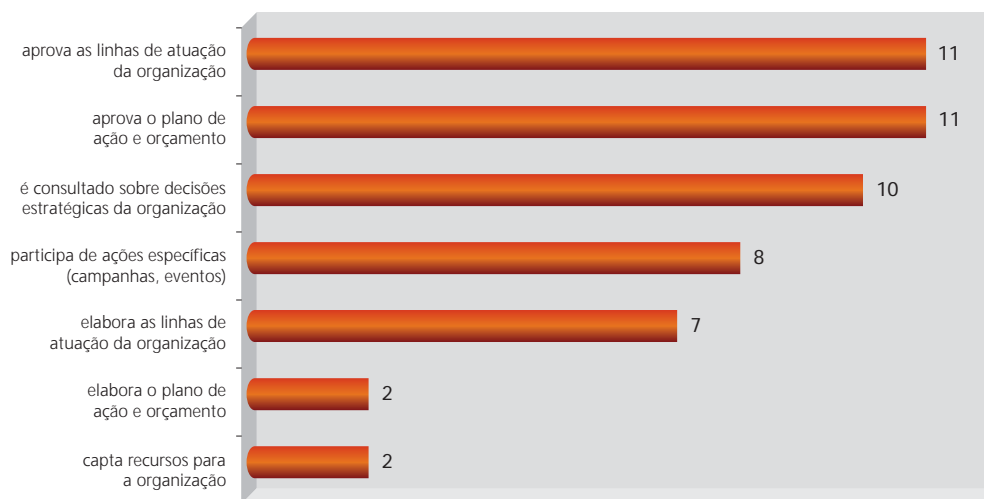
Gráficos – Características de atuação institutos e fundações

Como estava composto o Conselho em 2006?



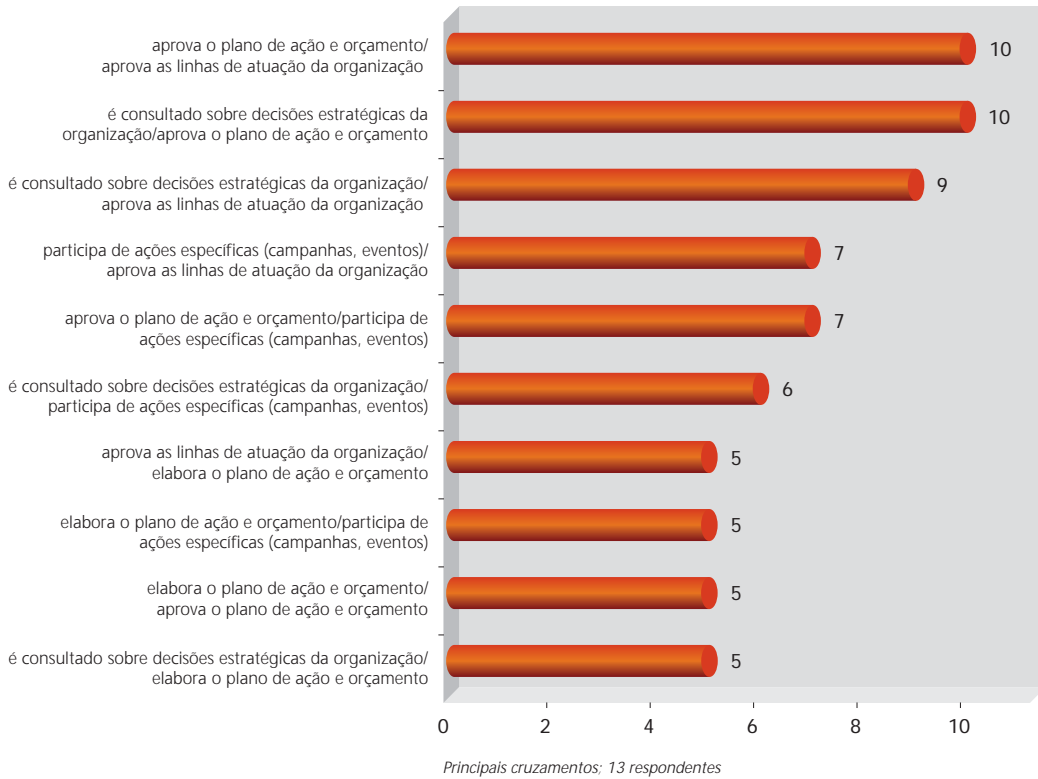
Resposta única: 13 respondentes

Em relação às ações realizadas, quais as atribuições do Conselho?

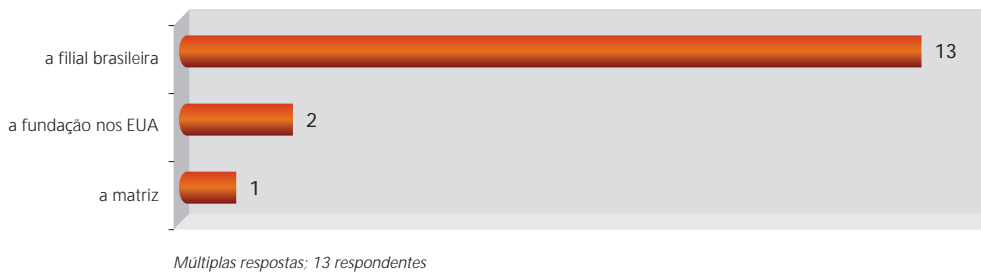


Múltiplas respostas: 13 respondentes

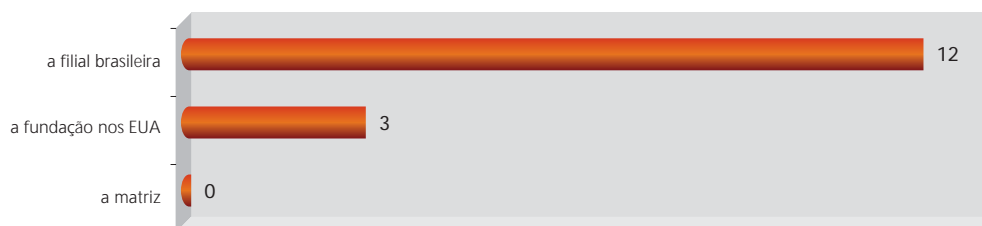
Principais tendências sobre atribuições do Conselho – institutos e fundações



Quais esferas decidiam sobre os recursos financeiros destinados ao investimento social no Brasil em 2006?

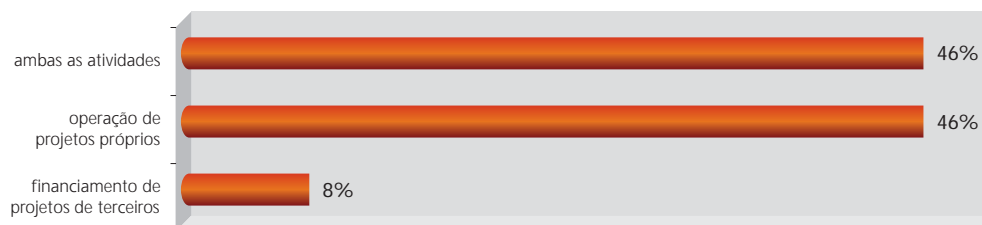


Quais esferas repassaram recursos financeiros destinados ao investimento social no Brasil em 2006?



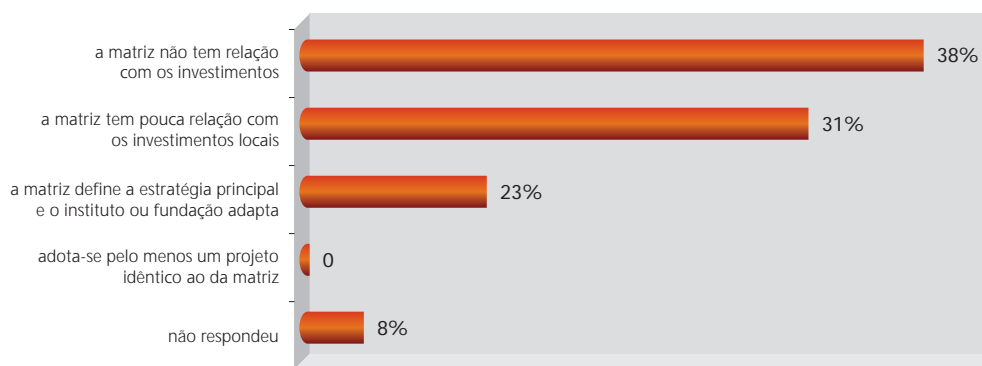
Múltiplas respostas; 12 respondentes

Qual a principal estratégia de atuação do instituto ou fundação em 2006?



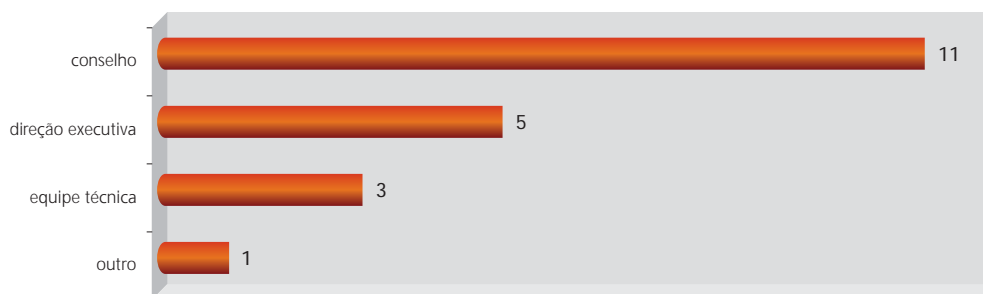
Resposta única; 13 respondentes

Como se dá a influência da matriz no investimento social no Brasil?



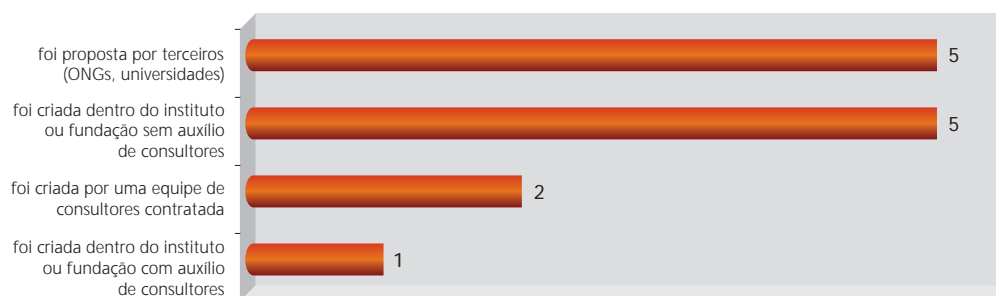
Múltiplas respostas; 13 respondentes

Que instâncias decidiam sobre a aplicação dos recursos financeiros do investimento social em 2006?



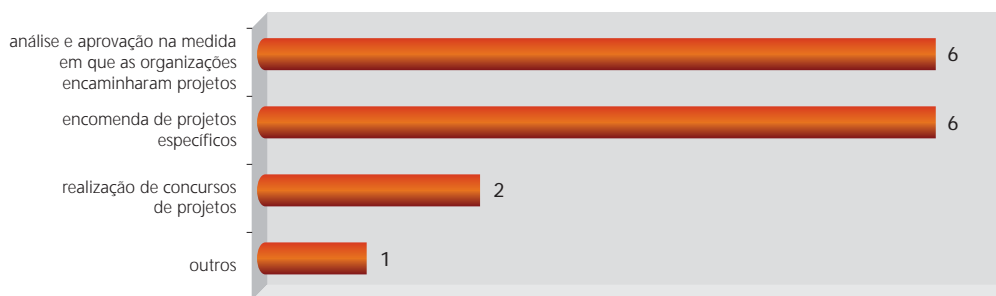
Múltiplas respostas; 13 respondentes

Como se deu a concepção dos projetos do instituto ou fundação em 2006?



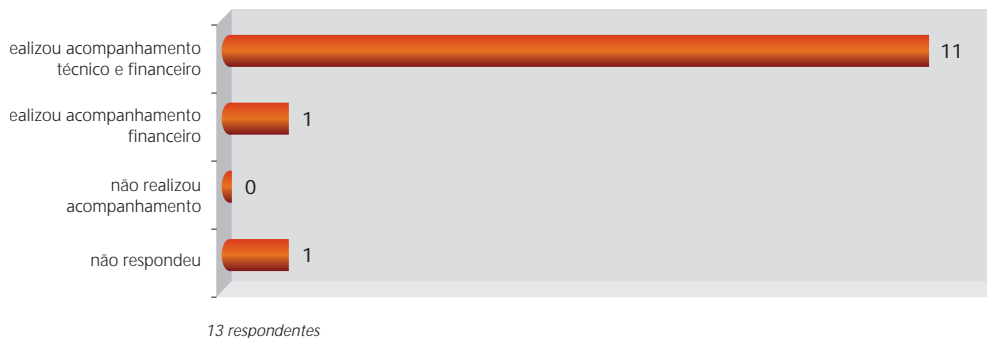
13 respondentes

Como foi feita a seleção dos projetos para financiamento/execução em 2006?

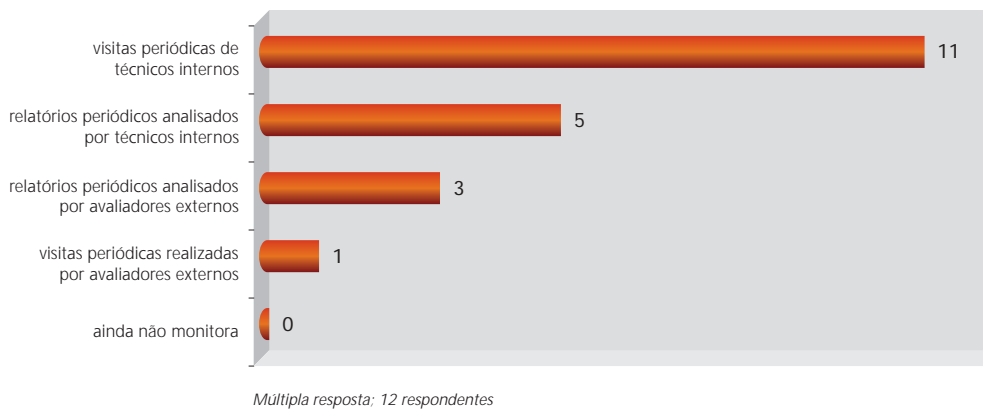


Múltiplas respostas; 13 respondentes

Como o instituto ou fundação monitorou os projetos em 2006?



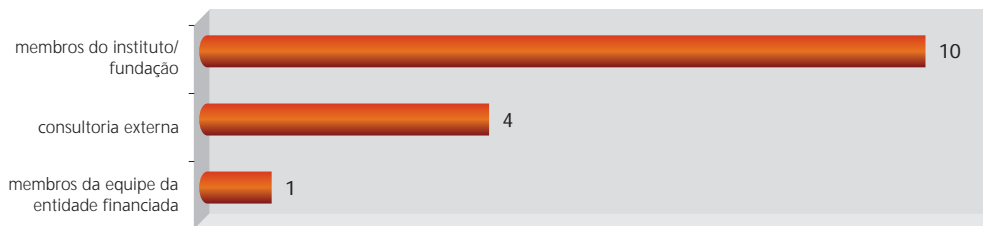
De que forma o instituto ou fundação monitorou os projetos em 2006?



O instituto/fundação fez avaliação dos projetos que financiou/executou em 2006?

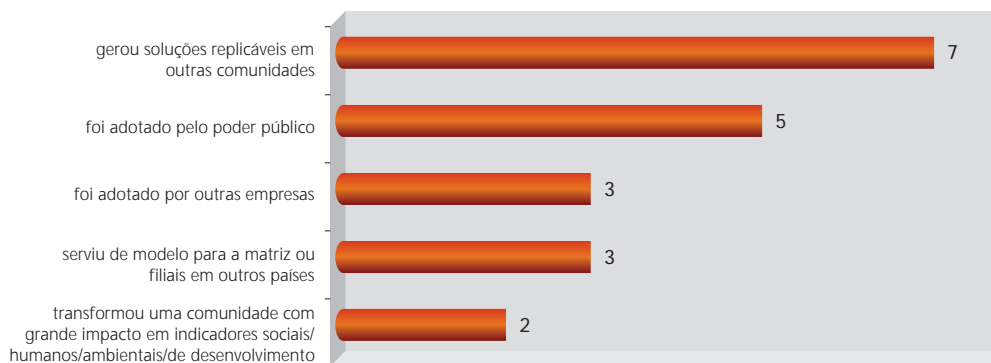


Quem conduziu a avaliação dos projetos que o instituto/fundação financiou/executou em 2006?



Múltiplas respostas: 12 respondentes

Quais os principais impactos que um ou mais projetos/programas executados/apoiados pelo instituto ou fundação já provocaram?



Múltiplas respostas: 13 respondentes

Dados de institutos e fundações em 2007

Houve alguma mudança significativa na gestão (concepção/criação, seleção, monitoramento e avaliação) de projetos do ano de 2006 para 2007?



Resposta única: 13 respondentes

Foram implantados novos programas/projetos/ações em 2007?



Resposta única: 13 respondentes

4. Conclusão

Uma das forças evidentes do investimento social do Grupo +Unidos é a abrangência do raio de ação, com cobertura de localidades em todos os estados do Brasil, de três territórios nacionais e do Distrito Federal (*veja mapa na página 20*). Observa-se concentração de ações na região Sudeste, no estado de São Paulo e especialmente em algumas capitais (São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba), onde também estão localizadas muitas unidades dessas empresas no país. Ainda assim, a possibilidade de alcançar diferentes pontos da nação com um investimento social coordenado é uma das importantes contribuições do Grupo.

Tal característica é apenas um dos catalisadores da força do Grupo e ajudou a motivar a compreensão do perfil do ISP das 46 empresas participantes deste estudo para que iniciem um trabalho escalonado de:

- aproveitamento do potencial e das virtudes de cada companhia;
- troca de conhecimentos e de experiências;
- desenvolvimento de processos nas empresas com investimento menos maduro;
- criação de ações conjuntas;
- sinergia em prol de causas urgentes;
- replicação de projetos em áreas em que se identifiquem demandas similares.

O que se observa, em resumo, é que a maioria das empresas já tem estabelecidos, no mínimo, os expedientes básicos de condução de investimento social. Em todas elas existe algum profissional responsável por cuidar do ISP, que leva, ao *board* das empresas, projetos criados sobretudo internamente, sem apoio de consultoria, ou propostos por terceiros (ONGs, comunidades de base, associações religiosas etc.) e selecionados à medida que chegam às empresas ou a seus institutos e fundações. Essa estratégia de investimento simultâneo – em projetos próprios, criados internamente, e em projetos selecionados após o envio de terceiros – impera entre as empresas e é uma das tendências dominantes também nos institutos e fundações estudados.

A reflexão que se pode fazer sobre essa etapa é que tanto na postura individual, como no trabalho coletivo, o Grupo +Unidos poderia se voltar mais para a possibilidade de investigar e detectar a origem de problemas concretos nas comunidades e, então, encomendar (ou aplicar projetos já testados) que possam contribuir de maneira efetiva na solução de demandas pre-

mentes. Ainda do ponto de vista da concepção e da seleção, um dos caminhos a explorar melhor é o da promoção de concursos de projetos. Ou seja, ao identificarem demandas ou mesmo *expertise* interna e recursos específicos disponíveis, as companhias podem abrir concursos que motivem organizações e especialistas a responder com propostas inovadoras ou com projetos bem-sucedidos, aplicáveis à situação em foco.

Os dados apurados sobre monitoramento e avaliação das empresas no Grupo +Unidos (80% e 87% positivos, respectivamente) e dos institutos e fundações (85% e 92%) colocam as instituições do Grupo em consonância com as práticas dos 80 associados GIFE que participaram do levantamento censitário de 2008. Afinal, os números estão próximos dos apresentados no último Censo GIFE: 97% dos respondentes declararam fazer monitoramento de projetos e 94% afirmaram investir em avaliação de resultados. Como observado no Censo, “a cultura de avaliação de resultados ainda é muito recente no Brasil. Além disso, realizar diagnósticos pode ser bastante oneroso, principalmente para pequenos projetos, em que uma avaliação chega a representar 15% dos custos totais da iniciativa”. Daí, se tomar tais dados como uma constatação positiva junto ao Grupo +Unidos.

Entretanto, o monitoramento ainda é conduzido quase que exclusivamente por funcionários internos e por meio de relatórios financeiros e técnicos. Quanto à avaliação, verificou-se que ela também depende de equipe interna, quase não envolve membros da comunidade e poucas vezes conta com um trabalho dedicado de uma consultoria. Nesse cenário, observa-se que os mecanismos de participação mais próxima da comunidade e de contratação de consultores especializados talvez possam contribuir para conferir mais consistência e legitimidade política ao monitoramento e à avaliação dos projetos, ambos processos fundamentais e decisivos para detectar erros, corrigir trajetórias e aumentar a eficácia das iniciativas.

Para ilustrar o quanto ainda é fundamental evoluir nesses aspectos, vale ressaltar que, no decorrer desta pesquisa, houve dificuldade para se apurar o número de beneficiários diretos e indiretos. Eis um forte indicio de que muitas empresas ainda não conseguem colher um elemento primordial sobre o resultado de seu investimento – quantidade de beneficiados. A existência de poucos dados quantitativos sobre o alvo da ação prejudica a validade dos levantamentos qualitativos e possivelmente indica também uma pouca efetividade do monitoramento praticado.

Portanto, o Grupo +Unidos pode buscar o aperfeiçoamento dos processos de monitoramento e de avaliação. Existem recursos técnicos que contribuem para auxiliar empresas, institutos e fundações a alavancar uma devolutiva das organizações beneficiadas, não apenas para o aspecto financeiro, mas também para apuração de resultados qualitativos. A utilização de trabalho especializado externo pode ajudar a aliviar a carga das equipes de funcionários dedicados ao ISP e contribuir para o aprimoramento dessas etapas do trabalho com metodologias direcionadas. Num esforço conjunto, as empresas do Grupo +Unidos têm a chance de encontrar

soluções aplicáveis a seus beneficiários, reunindo experiências do Grupo ou mesmo *expertise* para gerar novas soluções para monitorar e avaliar projetos e ações.

Mas mesmo com horizontes por conquistar, as perspectivas são muito positivas para o Grupo +Unidos. Ao relatarem impactos, mais da metade das empresas, institutos e fundações indicou projetos, apoiados ou executados, que colaboraram para criar ou implementar tecnologias sociais. Há histórico de experiências de parcerias com o poder público, com aplicação, portanto, de projetos e programas em larga escala, além de casos de adoção de iniciativas por outras companhias, pela matriz americana ou por filiais no exterior.

Além disso, uma vez que os participantes deste estudo implementaram novos projetos sociais em 2007 – 68% das empresas e 84% dos institutos e fundações marcaram essa alternativa –, sinaliza-se uma tendência de continuidade e aumento de iniciativas. É de se notar, ainda, a fundação de novos institutos e fundações, os quais fizeram aumentar a proporção de organizações criadas para gerir o ISP de suas mantenedoras em relação ao número de companhias estudadas – passou de 28% em 2006 para 37% em 2007.

Observa-se, por esses indícios, que as empresas, fundações e institutos do Grupo +Unidos que compuseram este estudo continuam empenhados na realização de Investimento Social Privado no Brasil. No conjunto, trata-se de contribuição bastante relevante e diversificada: as 564 ações do Grupo abrangeram, em 2006, todas as áreas de atuação mapeadas pelo GIFE e os oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, estabelecidos em documento da ONU (Organização das Nações Unidas) em prol do progresso socioeconômico de todo o planeta. Exemplos dessa atuação multifacetada do Grupo +Unidos serão expostos no próximo capítulo deste trabalho.

2

ISP 2006 e Objetivos de Desenvolvimento do Milênio



1. Visão geral

Estabelecidos pela ONU, em 2000, durante a Cúpula do Milênio, com o propósito de fazer do planeta um lugar mais justo, solidário e melhor para todos os que o habitam, os oito ODMs (Objetivos de Desenvolvimento do Milênio) representam um esforço coletivo e global de combate a problemas mundiais. As propostas contidas nos ODMs foram endossadas por 191 estados-membros da ONU – Brasil e Estados Unidos inclusos (*leia na página 59*).

Neste estudo, a classificação por ODM atende ao alinhamento proposto na missão do Grupo +Unidos: “Fortalecer alianças entre os setores público e privado para otimizar e intensificar os investimentos de responsabilidade corporativa dos EUA no Brasil de forma sustentável, a fim de alcançar os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio”.

Entre as 564 ações descritas pelas empresas, institutos e fundações em 2006, prevaleceu o ODM 8, que visa estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento, com 151 ações (27%). Em segundo lugar ficou o ODM 6, de combate ao HIV/Aids, à malária e a outras doenças, com 105 ações (19%). Ou seja, quase metade das iniciativas analisadas estava focada nesses dois pólos de investimento.

O terceiro lugar em prevalência foi atribuído a cem ações diversas (18% das 564), que não se enquadraram diretamente em nenhum dos oito objetivos. Em sua maioria, elas pertencem às áreas de atuação de cultura e artes (caso do patrocínio a espetáculos e apoio à publicação de livros) e de assistência social (como as doações para fundos municipais da infância e da adolescência, em benefício de crianças em situação de vulnerabilidade social). Tendo em vista esta limitação dos ODMs em relação à diversidade de abrangência das ações, no próximo capítulo as iniciativas do Grupo +Unidos serão abordadas sob a ótica das áreas de atuação utilizadas nos levantamentos censitários do GIFE (*leia a partir da página 81*).

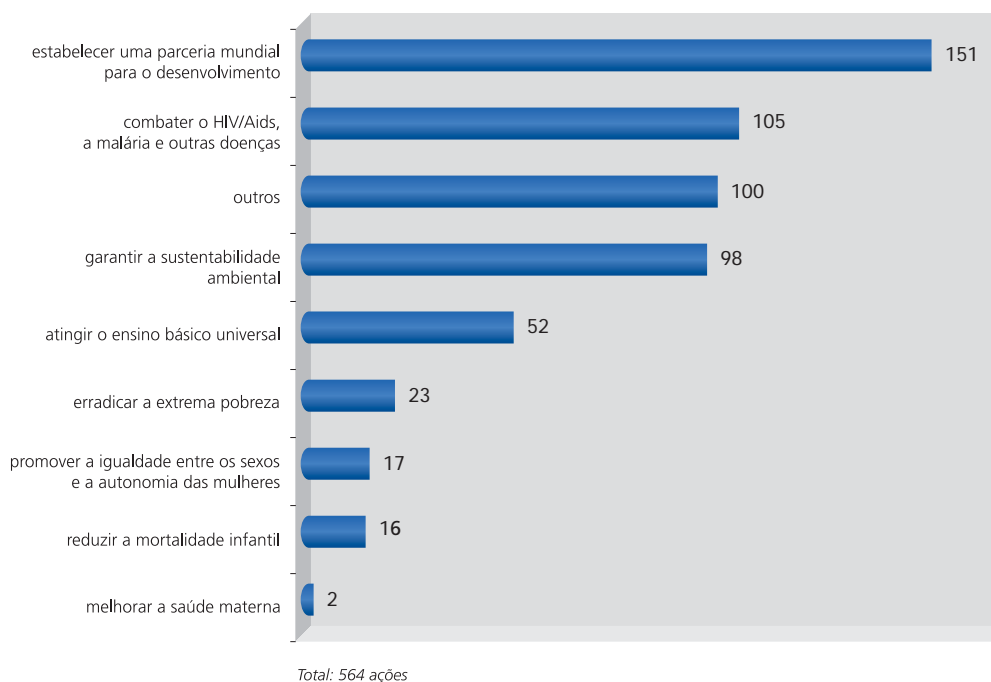
Na seqüência do *ranking*, observou-se na quarta posição uma concentração de 98 ações (17%) em prol de garantir a sustentabilidade ambiental (ODM 7). Outras 52 ações (9%) estavam diretamente ligadas a atingir o ensino básico universal (ODM 2). Em menor número apareceram: 23 ações (4%) diretamente associadas a erradicar a extrema pobreza e a fome (ODM 1); 17 (3%) a promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres (ODM 3); 16 (3%) a reduzir a mortalidade infantil (ODM 4); e duas (menos de 1%) ligadas à melhoria da saúde materna (ODM 5).

Ação com mais de um ODM

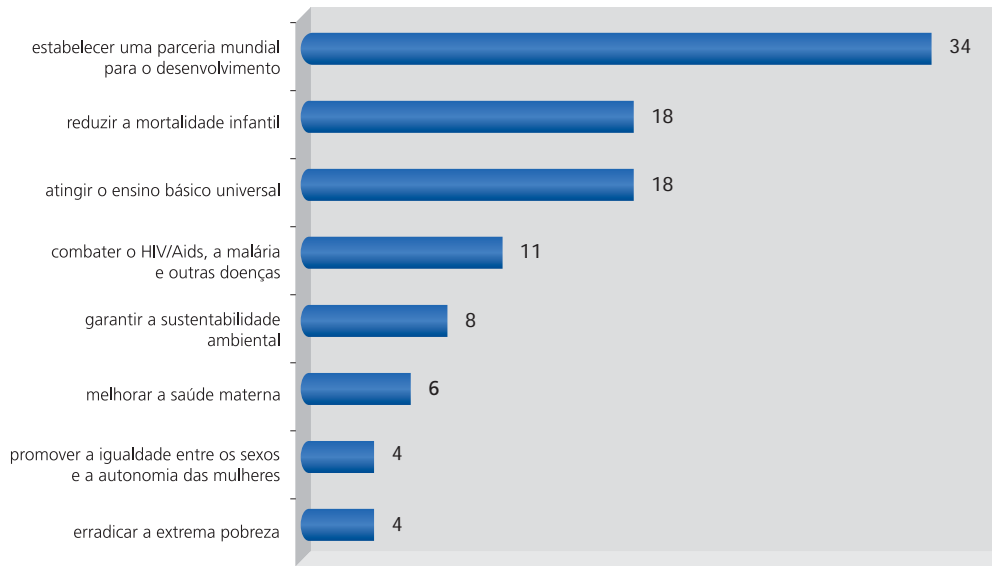
Uma vez que uma mesma ação social pode atender a mais de um objetivo, quando pertinente, as iniciativas do Grupo +Unidos foram associadas a dois ou mais ODMs, para tentar demonstrar o espectro de sua abrangência. Assim, observou-se que, entre as 564, 34 delas (6%) também contribuíam para o cumprimento do ODM 8 – estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento, o que reforça a característica do Grupo +Unidos de realizar investimento alinhado a este objetivo.

Gráficos – Objetivos de Desenvolvimento do Milênio

ODMs por ações sociais



Outros ODMs por ações sociais



2. Histórico dos ODMs

Além de pautar a ação dos Estados-nação signatários, os oito Objetivos do Milênio também servem de parâmetro para empresas e indivíduos atuarem em suas comunidades, uma vez que podem orientar o trabalho para a melhoria da qualidade de vida localmente, em consonância com o trabalho dos governos de cada país.

Na etapa inicial deste estudo, as empresas associaram suas ações aos oito ODMs, e, ao conduzir a análise do material, o GIFE reviu as classificações de maneira a padronizar os critérios de associação.

Oito desafios para melhorar a vida na Terra

Entre os dias 6 e 8 de setembro de 2000, representantes de diferentes países participaram da Cúpula do Milênio, na sede da ONU, em Nova York (EUA). A partir do relatório “Nós, os povos: o papel das Nações Unidas no século 21”, elaborado pelo então secretário-geral da ONU, Kofi Annan, os membros das nações debateram maneiras de enfrentar e combater os principais problemas que afligem o mundo: fome, epidemias, violações aos direitos humanos, degradação ambiental, má distribuição de renda, entre outros. No fim do encontro, os líderes divulgaram a chamada Declaração do Milênio, na qual 191 países se comprometeram a atingir oito objetivos até o ano de 2015.

Os ODMs (ou MDGs, Millenium Development Goals, em inglês) resultaram da compilação de reuniões mundiais anteriores, ocorridas ao longo da década de 1990, como a Eco-92, no Rio de Janeiro, e a Conferência da Mulher, realizada em Pequim. Para cada um dos ODMs foram estabelecidas metas (18 ao todo). Por exemplo: para erradicar a extrema pobreza e a fome, os Estados se comprometeram a reduzir pela metade, até 2015, tanto a proporção da população com renda inferior a um dólar PPC (Paridade do Poder de Compra) por dia, como a proporção da população que sofre de fome. A fim de atingir o ensino básico universal, os Estados se dispuseram a fazer com que até 2015 todas as crianças tenham concluído um ciclo completo de ensino básico. Obedecendo a essa lógica, foram determinadas metas para todos os ODMs. A ONU também estabeleceu 48 indicadores que permitem medir resultados e fazer comparações entre países e, assim, monitorar o cumprimento dos objetivos, os quais estão relacionados a seguir:

Erradicar a extrema pobreza e a fome

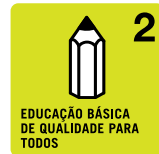
Reduzir pela metade, entre 1990 e 2015, a proporção da população com renda inferior a um dólar PPC por dia.

Reduzir pela metade, entre 1990 e 2015, a proporção da população que sofre de fome.



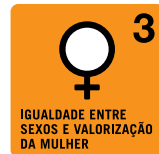
Atingir o ensino básico universal

Garantir que, até 2015, todas as crianças, de ambos os sexos, terminem um ciclo completo de ensino básico.



Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres

Eliminar a disparidade entre os sexos no ensino primário e secundário, se possível até 2005, e em todos os níveis de ensino, no máximo até 2015.



Reduzir a mortalidade infantil

Reduzir em dois terços, entre 1990 e 2015, a mortalidade de crianças menores de cinco anos.



Melhorar a saúde materna

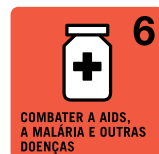
Reduzir em três-quartos, entre 1990 e 2015, a taxa de mortalidade materna.



Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças

Até 2015, ter detido a propagação do HIV/Aids e começado a inverter a tendência atual.

Até 2015, ter detido a incidência da malária e de outras doenças importantes e começado a inverter a tendência atual.



Garantir a sustentabilidade ambiental

Integrar os princípios do desenvolvimento sustentável nas políticas e programas nacionais e reverter a perda de recursos ambientais.

Reduzir pela metade, até 2015, a proporção da população sem acesso permanente e sustentável a água potável segura.

Até 2020, ter alcançado uma melhora significativa nas vidas de pelo menos 100 milhões de habitantes de bairros degradados.



Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento

Avançar no desenvolvimento de um sistema comercial e financeiro aberto, baseado em regras, previsível e não discriminatório.

Atender às necessidades especiais dos países menos desenvolvidos.

Atender às necessidades especiais dos países sem acesso ao mar e dos pequenos Estados insulares em desenvolvimento.

Tratar globalmente o problema da dívida dos países em desenvolvimento, mediante medidas nacionais e internacionais, de modo a tornar a sua respectiva dívida sustentável a longo prazo.

Em cooperação com os países em desenvolvimento, formular e executar estratégias que permitam que os jovens obtenham um trabalho digno e produtivo.

Em cooperação com as empresas farmacêuticas, proporcionar o acesso a medicamentos essenciais a preços acessíveis, nos países em vias de desenvolvimento.

Em cooperação com o setor privado, tornar acessíveis os benefícios das novas tecnologias, em especial das tecnologias de informação e de comunicações.



O cenário brasileiro

Até outubro de 2008, o Brasil era avaliado pelo Pnud Brasil (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) como cumpridor pleno dos ODMs 1 (erradicar a extrema pobreza e a fome), 4 (reduzir a mortalidade infantil) e 6 (combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças). Os ODMs 2 (atingir o ensino básico universal) e 3 (promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres) apresentavam progressos, com ressalvas, mas havia expectativa de serem alcançados. Os ODMs ainda distantes do cumprimento pleno eram: o 5 (melhorar a saúde materna), o 7 (garantir a sustentabilidade ambiental) e o 8 (estabelecer uma parceria para o desenvolvimento).

Vale destacar que entre os três ODMs em estágio menos adiantado no Brasil, dois estão entre os quatro principais do Grupo +Unidos: em 2006, o ODM 8 foi o líder em número de ações (151) e o ODM 7 (98 ações) ficou em quarto lugar. A saúde materna, coincidentemente, está em último lugar também na abordagem das ações do +Unidos, o que indica uma importante oportunidade para atuação futura das companhias.

Nas páginas a seguir, foram listadas ações do Grupo +Unidos relativas aos oito ODMs, em ordem alfabética, a partir do nome dos projetos. O limite de tamanho desta publicação impede que sejam pormenorizadas as 564 iniciativas. Por isso, a fim de expressar a atuação conjunta, buscou-se elencar as tendências mais recorrentes entre as empresas, os institutos e fundações analisados, assim como mostrar um panorama descritivo, levando em conta o alcance e a diversidade das ações.

É necessário salientar que, como há sobreposição de conteúdo de alguns ODMs com áreas de atuação do investimento social (as quais são tratadas no capítulo 3), optou-se, sempre que possível, por apresentar iniciativas diferentes em cada situação de análise. Ao longo do texto, as referências sobre os cruzamentos aparecem indicadas, com sugestão de leitura para outros projetos de características similares listados no outro capítulo descritivo.

As iniciativas apresentadas em ambos os capítulos foram resumidas e podem ser conhecidas em pormenores nos balanços ou relatórios socioambientais das companhias ou nos relatórios de institutos e fundações. As ações sociais que não foram mencionadas neste estudo não devem ser compreendidas como de menor relevância para as populações beneficiadas.

3. Ações 2006 segundo os ODMs

As principais características das ações do Grupo +Unidos estão ordenadas pela incidência – dos ODMs mais aos menos encontrados na relação de iniciativas de 2006.



8 Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento

O ODM 8, com maior incidência (151) entre as ações analisadas em 2006, configura o mais amplo entre todos em termos de abrangência. Para fazer cumprir suas metas, o investimento social das companhias pode colaborar com:

- a promoção do acesso aos benefícios das novas tecnologias, em especial das tecnologias de informação e de comunicações;
- a formulação e execução de estratégias que permitam que os jovens obtenham um trabalho digno e produtivo;
- a oferta de medicamentos essenciais a preços acessíveis, nos países em vias de desenvolvimento;
- o desenvolvimento de um sistema comercial e financeiro aberto, baseado em regras, previsível e não discriminatório.

Acesso às novas tecnologias

Em 2006, várias companhias promoveram algum tipo de doação de equipamentos, distribuição de softwares ou educação para o mundo digital em instituições sociais ou escolas: 3M, AES Eletropaulo, Chevron, Dell, Dow, GM, IBM, Intel, Merck Sharp & Dhome, Microsoft, Monsanto, Nalco, Nextel, Rigesa e Visteon. Seguem alguns exemplos, mas há outros descritos no capítulo 3 (*leia na página 92*).

- Acesso gratuito à internet – a AES Eletropaulo instalou, em bairros periféricos da capital paulista, postos comunitários com internet para população de baixa renda, sem cobrança de tarifas para utilização.
- Apoio ao CDI (Comitê para Democratização da Informática) – Accenture, Cisco, Esso, Microsoft e Procter & Gamble contribuíram com essa ONG, que promove a inclusão social em comunidades de baixa renda pelo uso da tecnologia como ferramenta de estímulo à cidadania ativa e ao empreendedorismo.

- Plurall e softwares especiais – a IBM desenvolveu a solução tecnológica que leva este nome e permite a leigos a montagem de redes locais de informática de maneira rápida e fácil, contribuindo para a autonomia das organizações beneficiadas. A empresa também desenvolveu e doou a entidades sociais softwares de acessibilidade para pessoas com deficiência visual ou com pouca visão, os quais permitem a leitura de páginas da internet.
- Programas Educar, Computer Clubhouse e Cidade Digital – pelo primeiro, a Intel doou a escolas do ensino fundamental e médio servidores e *desktops*, e seus professores foram capacitados no uso de computadores e da internet como ferramenta de pesquisa e ensino. Por meio do Programa Computer Clubhouse, jovens de baixa renda tiveram acesso a ilhas com softwares de edição de vídeo e áudio, aplicativos 3D e estúdio de rádio. A empresa realizou ainda a criação de Cidade Digital em Parintins (AM), com a construção de infra-estrutura tecnológica, incluindo rede *wireless*, doação de equipamento, programas educacionais e telemedicina, em benefício da comunidade local sem acesso a tecnologia, como escolas, universidade e centro comunitário.
- Programas Potencial Ilimitado e Parceiros para Acesso à Tecnologia – a Microsoft promoveu a disseminação do acesso por meio de várias ações do Potencial Ilimitado, contribuindo com recursos financeiros e *expertise* tecnológica da companhia em centros de capacitação mantidos em organizações sociais. Pelo Parceiros para Acesso à Tecnologia, permitiu que professores da rede pública estadual obtivessem financiamento de longo prazo e preços reduzidos na compra de computadores pessoais.
- Programa Rede de Cooperação Digital e Projeto Cidadão Digital – além de doações à Fundação Pensamento Digital, a Dell apoiou e divulgou o trabalho da entidade, que recolheu computadores, os reconcionou e doou a projetos sociais; também proporcionou a formação aos educadores que atuam nos telecentros. No Projeto Cidadão Digital, a empresa ofereceu aulas teóricas e práticas de informática a jovens de baixa renda em 11 ETIs (Escolas de Tecnologia da Informática) que mantém no país.

Trabalho digno e produtivo para os jovens

Averiguou-se forte empenho das companhias do Grupo +Unidos em investir em formação de jovens por meio de cursos profissionalizantes. Esse aspecto do ODM 8 corresponde à área de atuação formação para o trabalho (*leia mais exemplos de ações na página 103*). A seguir, algumas iniciativas:

- Centro Vocacional Tecnológico e Escola Flutuante – a Alcoa promoveu a transformação do Estaleiro-Escola, em São Luís (MA), em um centro de formação para mestres carpinteiros, pintores, ferreiros, mecânicos e outros artesãos. Eles atuam na produção de embarcações, preservando técnicas antigas de construção naval e difundindo o conhecimento para as novas gerações. A empresa também apoiou a Escola Flutuante, em Juruti (PA), que funciona em um navio mantido pelo Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) e leva a jovens de comunidades ribeirinhas da região amazônica capacitação em áreas como informática, mecânica de motores, marcenaria e elétrica.
- Cursos técnicos de curta duração – a Visteon, em parceria com o Senai, capacitou jovens em cursos de eletricidade básica, sistema de som, panificação e confeitaria. A Escola Móvel do Senai, que funciona em uma carreta equipada, permaneceu por um mês na sede da empresa, situada em Guarulhos (SP), levando aos alunos os recursos necessários.
- Escola de Funilaria 3M – em funcionamento no Projeto Cidade dos Meninos, em Campinas (SP), o qual também recebe investimentos da Monsanto, jovens em situação de risco, ou vítimas de abandono familiar, aprendem o ofício de funileiro, têm acesso a cursos de panificação e preparo de alimentos e contam com equipe médica e atendimento psicológico.
- Programa Aluno Técnico – desenvolvido pela Intel, promove a inclusão digital, a qualificação profissional e a empregabilidade dos jovens da rede pública de ensino de várias localidades do Brasil, por meio da oferta de cursos de montagem ou de manutenção de microcomputadores.
- Programa Mais! – a Esso qualificou, por meio de treinamentos, palestras, visitas culturais e curso pré-vestibular, jovens talentos de comunidades de baixa renda do Rio de Janeiro (RJ), prioritariamente afro-descendentes interessados em investir na formação acadêmica.
- Projeto Com.Domínio Digital e Projeto Amba – realizado pelo Instituto Wal-Mart, promoveu formação integrada em tecnologia da informação, rotinas administrativas e desenvolvimento pessoal e social a jovens do subúrbio de Salvador (BA), enquanto o Projeto Amba – Estação Jovem Artesão permitiu que jovens de Jaboatão dos Guararapes (PE), em situação de vulnerabilidade social, filhos ou familiares de egressos do sistema penitenciário, aprendessem a produzir peças artesanais de ferro e cerâmica, com capacitação para comercialização e gestão administrativa, além de oficinas de estudo sobre meio ambiente e cidadania.
- Projeto Empreendedorismo Juvenil e Microcrédito – o Citi proporcionou formação e estímulo a iniciativas de empreendedorismo para jovens que pretendiam investir

em um pequeno negócio. Depois de elaborarem seus próprios planos de negócio, os autores dos melhores projetos puderam solicitar microcrédito, sob a supervisão de especialistas.

Jovens embaixadores brasileiros participam de intercâmbio nos EUA

Os demógrafos chamam de “onda jovem” o momento atual do Brasil, em que o país conta com grande contingente de habitantes com idades entre 15 e 24 anos. Estima-se que em 2008 os jovens componham cerca de 28,8% da população ou 53,9 milhões de pessoas. Muitos, entretanto, não têm acesso a boas oportunidades e podem ter seu futuro comprometido. O Projeto Jovens Embaixadores está voltado para essa realidade. Trata-se de uma iniciativa da Embaixada Americana no Brasil, em parceria com os setores público e privado brasileiros e americanos.

O projeto proporciona uma viagem aos Estados Unidos a estudantes da rede pública brasileira, pertencentes a famílias com baixa renda, que tenham entre 15 e 18 anos, perfil de liderança em suas comunidades, consciência cidadã, excelência acadêmica, conhecimento de inglês e participem de atividades voluntárias. As empresas Continental Airlines, Merck Sharp & Dohme e Fedex investiram no Jovens Embaixadores em 2006, 2007 e 2008; a Dow aderiu em 2008.

Durante a estada de duas semanas nos EUA, os alunos selecionados assistem a aulas em escolas públicas de ensino médio, vivem com uma família americana e visitam a capital, Washington D. C.. Eles também fazem apresentações sobre o Brasil e têm a possibilidade de se encontrar com personalidades. Em 2006, estiveram com o então secretário de Estado, Colin Powell. O objetivo é fazer com que expandam seus horizontes, troquem experiências e informações sobre cultura, história e sociedade com os estudantes americanos e adquiriram ferramentas para continuar fazendo a diferença em suas comunidades por meio de projetos sociais.

A partir de 2007, o projeto passou a ser reproduzido em outros países na América Latina. Entre os colaboradores brasileiros estão o Consed (Conselho Nacional de Secretários de Educação), o Ministério da Educação e os centros binacionais Brasil/Estados Unidos. As Câmaras Americanas de São Paulo e do Rio de Janeiro também têm participação de destaque. Em 2006, 2007 e 2008 foram beneficiados, respectivamente, 25, 30 e 35 adolescentes.

As empresas do Grupo +Unidos investiram em organizações de origem americana, que capacitam jovens para o mercado de trabalho, como a United Way Brasil (DuPont, Johnson & Johnson, Nalco, Procter & Gamble e Rohm and Haas) e a Junior Achievement

(Accenture, Citi, Coca-Cola, Dell, GE, GM, Johnson & Johnson, Monsanto, Visteon e Wal-Mart). Além da contribuição com recursos financeiros, as companhias contaram com a colaboração de seus funcionários, atuando como educadores voluntários em projetos coordenados pelas duas instituições (*leia mais na página 123*).

Acesso a medicamentos essenciais

As empresas pertencentes ao ramo farmacêutico e afins promoveram doações de remédios ou de produtos de higiene e saúde a dezenas de entidades assistenciais que cuidam de população de baixa renda. Entre elas estão: Baxter, Johnson & Johnson, Procter & Gamble e Merck Sharp & Dhome (*leia mais exemplos de ações na página 96*).

Sistema comercial e financeiro aberto

Ainda são poucos os exemplos de iniciativas sociais que atendem a essa meta específica. Entre eles estão:

- Prêmio Melhores Microempreendedores – o Citi reconheceu iniciativas inovadoras e bem-sucedidas de empreendedores de microempresas que tomaram microcrédito, mantiveram seu negócio por pelo menos um ano e contribuíram na busca da sustentabilidade de suas famílias e das comunidades onde estão inseridos.
- Projeto Aliança Wal-Mart de Apoio a Grupos Empreendedores – o Instituto Wal-Mart apoiou microempreendedores, oferecendo assessoria e capacitação técnica, infraestrutura para cooperativas, exposição e venda dos produtos em lojas da rede Wal-Mart, além de auxílio para aquisição de novos equipamentos e de microcrédito.



6

Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças

Segundo lugar em ações de 2006 (105 ao todo), esse ODM recebeu atenção em iniciativas de combate ao HIV/Aids, mas também à malária, à dengue, ao câncer e a outras doenças.

HIV/Aids

- Saúde Sexual e Prêmio de Incentivo – a Bristol-Myers Squibb apoiou com recursos financeiros uma série de organizações não-governamentais que disseminam informações sobre saúde sexual, importância da prevenção à Aids, diagnóstico precoce e adesão ao tratamento adequado para combater o HIV. A empresa também patrocinou a manutenção de websites, a confecção de informativos sobre o tema e promoveu o Prêmio de Incentivo à Prevenção e ao Tratamento do HIV/Aids, voltado a reconhecer ações, métodos e programas de ONGs, os quais valorizam a prevenção e o tratamento de pacientes.
- Apoio à saúde de meninas – a Johnson & Johnson apoiou com recursos entidades de diferentes cidades brasileiras que promovem a educação sobre saúde e direitos sexuais reprodutivos para meninas, com ênfase especial em prevenção à transmissão de HIV/Aids e à gravidez não planejada. As informações foram transmitidas por meio de grupos de discussão, cursos, palestras e materiais educativos.
- Doação de preservativos – a International Paper realizou campanha, com distribuição de preservativos e brochuras educativas; o Wal-Mart fez a Campanha Carnaval Seguro, em que doou preservativos.

Outras doenças

- Apoio a projetos da Inmed – GE, Johnson & Johnson e Monsanto investiram em programa da organização não-governamental de origem americana Inmed Brasil, que realiza exames em crianças, visando à redução de parasitas intestinais, e oferece suplementação de vitaminas e ferro para deficiência nutricional e anemia.
- Combate ao câncer – o Instituto Avon e o Instituto Ronald McDonald focam seu investimento social privado em iniciativas de prevenção, diagnóstico precoce e tratamento de câncer, além de darem suporte a diferentes organizações pelo país envolvidas com o combate à doença. Várias empresas do Grupo +Unidos manifestam a mesma preocupação e investem nesta frente, sobretudo com recursos financeiros (*leia mais exemplos na página 94*).
- Dengue – a Monsanto colaborou com o Mutirão de Limpeza de Caixa D'Água e o Mutirão de Combate à Dengue na Bahia.
- Malária, esquistossomose, DSTs – a Alcoa capacitou agentes de saúde que abrigam os canteiros da obra da barragem de Estreito (MA), com palestras e cursos sobre a prevenção de doenças como dengue, esquistossomose, DSTs e malária.

- Vacinação – Dow, Wal-Mart e McDonald's cederam o espaço da fábrica (Dow) e das lojas de suas redes para a realização de vacinação infantil.



Garantir a sustentabilidade ambiental

Com 98 ações em 2006, as empresas do Grupo +Unidos contribuíram para colaborar com esse objetivo do milênio para o Brasil ainda precisa de mais esforços para cumprir. Elas se juntaram ao esforço global para reverter a perda de recursos ambientais, garantir à população acesso permanente a água potável e melhorar a vida dos que habitam bairros degradados.

Deve se ressaltar, no entanto, uma limitação durante a coleta de dados para essa análise específica: não foi possível esclarecer em todas as iniciativas se a manutenção de áreas preservadas configurava exclusivamente o cumprimento da legislação ambiental brasileira, com ação de compensação em virtude da atividade da empresa, ou se consistia numa iniciativa de investimento social privado, isto é, repasse voluntário e planejado de recursos privados, para além da obediência à lei. Cabe, portanto, um alerta sobre a necessidade de especificação das informações em estudos futuros.

Preservação de recursos

Entre as iniciativas realizadas ou apoiadas por Alcoa, Bunge, Caterpillar, Chevron, Citi, Merck Sharp & Dohme, Monsanto e Rigesa, figuram:

- a) planos de controle ambiental e uso sustentável em diferentes biomas (Mata Atlântica, Floresta Amazônica, Floresta de Araucária e Cerrado), que incluem assistência e orientação técnica a pequenos produtores;
- b) manutenção de reservas e áreas de proteção, regiões que colaboram para reverter a perda de recursos ambientais e ajudam a promover uma cultura de preservação nas comunidades do entorno, pois são abertas a visitas de estudantes e educadores.

Prêmio, debate e *workshop*

- Prêmio Ford Motor Company de Conservação Ambiental – em parceria com a ONG Conservação Internacional Brasil, a Ford realizou a 11ª edição do Prêmio Ford Motor Company de Conservação Ambiental, o qual reconheceu projetos de indivíduos, ONGs, empresas, universidades e órgãos governamentais em prol da conservação da biodiversidade e do desenvolvimento sustentável.
- Primeiro Ciclo Diálogos Sustentáveis – no campo do fomento ao debate sobre sustentabilidade, a Alcoa patrocinou o Primeiro Ciclo Diálogos Sustentáveis, promovido pelo Funbio (Fundo Brasileiro para a Biodiversidade).
- Primeiro Workshop de Sustentabilidade – a Bunge organizou esse encontro com representantes de ONGs, governo, clientes e acadêmicos para debater questões na região amazônica.

A reciclagem é outra importante prática que colabora para diminuir o desperdício de recursos ambientais. No Grupo +Unidos há casos em que, afora praticarem regularmente a reciclagem em seus escritórios e fábricas, empresas, institutos e fundações reverteram a verba obtida com materiais reciclados para questões de interesse público nas comunidades, levando em conta, portanto, além do meio ambiente, os aspectos sociais e econômicos. Alguns exemplos:

- Kits escolares – com recursos provenientes de vendas de papel, plástico e papelão, a Caterpillar adquiriu kits com materiais básicos (cadernos, bloco para desenho, lápis, canetas, borracha, lápis de cor, régua, pasta e estojo), distribuídos para estudantes de Piracicaba (SP).
- Programa Coleta de Óleo – o Instituto Ronald McDonald coordenou o processo de coleta e venda de óleo usado na rede McDonald's com destinação do valor arrecadado aos projetos da Casa Ronald McDonald, que hospeda crianças e adolescentes em tratamento de câncer, e ao próprio Instituto.
- Programa Coleta Seletiva – com o engajamento de funcionários, a Visteon recolheu materiais nas instalações da empresa, vendeu-os e reverteu a verba a entidades assistenciais do entorno da sede, como abrigos de crianças e lares de idosos.

- Projeto Reciclando – a AES Eletropaulo empregou recursos provenientes da reciclagem de sucatas, óleo mineral isolante, cartuchos de impressão, metal, papel, plástico, vidro, baterias de celular, *notebook* e pilhas, para ações e programas sociais ou ambientais promovidos pela empresa.
- Programa Reciclou, Ganhou – o Instituto Coca-Cola e as fábricas do sistema Coca-Cola garantiram suporte técnico e material a cooperativas de catadores. O projeto também incentivou escolas, associações de moradores, hospitais e entidades filantrópicas a investirem a verba obtida com reciclagem na compra de computadores, material escolar e esportivo ou equipamentos.
- Projeto Troque Lixo por Livro – a venda de resíduos recicláveis da fábrica da Bunge financiou a produção de livros educativos e de CDs musicais distribuídos nas escolas. Para recebê-los, cada estudante trocou um quilo de lixo reciclável trazido de casa por um livro. A verba obtida com a venda dos materiais levados pelas crianças foi, por sua vez, revertida em benfeitorias para as escolas.
- Projeto Coleta Seletiva – este projeto da Chevron se divide em duas frentes, o Recicle uma Vida e o Alfabetização Solidária. No primeiro, os cartuchos de impressoras recolhidos nas unidades da companhia, coletados nas lojas de conveniência dos postos de gasolina da marca foram encaminhados à ONG Ação da Cidadania Contra a Fome, a Miséria e Pela Vida, que os converteu em verba para seus projetos culturais. O outro esforço foi feito para coletar latas de alumínio na rede de postos e papel na própria empresa. Cada 200 latas de alumínio ou 60 quilos de papel se converteram em um kit escolar (lápis, caneta, caderno, bloco, borracha, régua, apontador, estojo e sacola) doado para alunos do Programa Alfabetização Solidária.

Acesso à água potável

O ano de 2006, base das ações analisadas neste estudo, foi também escolhido pela ONU como o Ano Internacional dos Desertos e da Desertificação – um alerta para a escassez dos recursos hídricos no planeta. Realizaram ou apoiaram algum projeto ou programa diretamente relacionado à água as seguintes empresas e instituto: 3M, Bunge, Caterpillar, Dow, Instituto Coca-Cola, International Paper, Merck Sharp & Dohme e Monsanto. Entre as iniciativas, houve reflorestamento de matas ciliares, recuperação de região do entorno de rios, doações de mudas para áreas com ribeirão, preservação de aquíferos e limpeza de mangues. O Wal-Mart promoveu a Campanha do Dia Mundial da Água, com distribuição de cartazes e folhetos de conscientização acerca de seu uso eficiente.

Ação conjunta do Grupo +Unidos promove reflorestamento

Empresas do Grupo +Unidos apoiaram financeiramente a realização do Projeto de Restau-ro Florestal “Floresta Mais Unidos”. Trata-se de iniciativa da Embaixada Americana, que teve início em 2007, e consistiu no plantio de 1.500 mudas de árvores em um trecho degradado da APP (Área de Preservação Permanente) do ribeirão do Feijão, em São Carlos, interior de São Paulo. O projeto prevê a manutenção do reflorestamento por mais dois anos.

Entre as empresas do Grupo +Unidos que contribuíram com a iniciativa estão: 3M, AES Eletropaulo, Caterpillar, Cummins, Dow, Fedex, Fundação Cargill, GM, IBM, Intel, International Paper, Merck Sharp & Dohme, Monsanto, Nike, Pfizer e Rigesa.

As APPs são áreas protegidas que têm, entre outras funções, a de preservar os recursos hí-dricos e de assegurar o bem-estar da população que vive ao seu redor. O ribeirão do Feijão abastece cerca de 30% da população de São Carlos e, devido às atividades agrícola e pecuá-ria locais, tem suas margens degradadas, o que reduz a qualidade da água.

Em outubro de 2007, durante a Semana do Voluntariado do Grupo +Unidos, o embaixador americano, Clifford Sobel, ao lado de líderes empresariais e voluntários das empresas apoiado-ras, deu início ao projeto de restauro, realizando o plantio simbólico de 50 mudas no Parque Estadual Fontes do Ipiranga (Parque do Estado), na cidade de São Paulo (SP).

Melhoria da vida em bairros degradados

- Programa de Regularização de Ligações Elétricas – a AES Eletropaulo colocou em prá-tica em Paraisópolis, zona sul da capital paulista, em parceria com USAID/Brasil, o Pro-grama de Regularização de Ligações Elétricas, com reforma de instalações internas das residências e visitas de orientação sobre uso seguro e econômico da energia elétrica.



2

Atingir o ensino básico universal

Os pré-requisitos para que se cumpra esse desafio passam por fazer da escola um lugar agradável a todos, com professores qualificados e estimulados. No Brasil, além de garantir

vagas – o acesso vem sendo ampliado nos últimos anos –, é necessário fazer com que os alunos permaneçam na escola e concluam o ensino fundamental.

Cinquenta e duas ações do Grupo +Unidos contribuíram com a qualificação dos educadores e com a provisão aos alunos de atividades e de materiais didáticos de qualidade. A maior parte das iniciativas contou com parcerias com as Secretarias de Educação Municipais ou Estaduais pelo Brasil. Além dos exemplos citados a seguir, outros aparecem na análise da área educação do capítulo 3 (*leia mais na página 89*).

- Apoio ao Instituto Ayrton Senna – Accenture, Citi, Fedex e Nextel doaram recursos a projetos educacionais realizados pelo Instituto. A Accenture e a Nextel contribuíram para os programas Acelera e Se Liga, que visam à aceleração de aprendizagem de alunos repetentes para que voltem a freqüentar a série correspondente à sua idade. A Fedex contribuiu para o Programa Educação pelo Esporte. O apoio do Citi se deu pela reversão de parte da receita de cartões de crédito à organização.
- Apoio ao Instituto Qualidade no Ensino (IQE) – a Caterpillar vem apoiando o Projeto Qualiescola, do IQE, que promove qualificação de professores da rede municipal de ensino e auxílio à aprendizagem de alunos do ensino fundamental em língua portuguesa, matemática, geografia, história e ciências, com material didático e apoio pedagógico. A Merck Sharp & Dohme investiu recursos no IQE, para o desenvolvimento de ações que gerem impacto na qualidade da instituição de ensino e na qualidade de vida da comunidade escolar.
- Programa Coca-Cola de Valorização do Jovem – o Instituto Coca-Cola colaborou para combater as taxas de evasão, ao propor que jovens entre a 5ª a 8ª série do ensino fundamental de escolas públicas com alta probabilidade de abandono dos estudos fossem monitores de estudantes da 1ª à 4ª série. Cada jovem monitor acompanhou três alunos menores diariamente, sob o planejamento, a supervisão e a avaliação de professores, que também recebem materiais e assistência técnica. Os jovens participam, ainda, de passeios culturais e visitas a empresas.
- Programa de Apoio ao Ensino Fundamental Fura-Bolo – implementado pela Fundação Cargill, contribuiu com a melhoria do ensino fundamental em escolas da rede municipal, por meio da literatura infantil, resgatando a cultura popular e estimulando o prazer da leitura. Professores recebem treinamento para usar os livros, materiais e fichas de auxílio pedagógico em sala e promover a criação de peças teatrais, concursos de trovas e poemas.
- Programa Parceiros na Aprendizagem – a Microsoft ofereceu infra-estrutura para habilitar professores e alunos do ensino infantil, fundamental e médio de escolas

públicas municipais e estaduais a usarem as novas tecnologias de informação. O objetivo é melhorar a qualidade da educação na rede pública, por meio do emprego criativo e inovador da tecnologia como ferramenta de aprendizagem.

- Projeto Cirandando Brasil – realizado pelo Wal-Mart, capacitou professores de escolas públicas das redes municipal e estadual na Bahia para trabalhar em sala de aula com cantigas e brincadeiras cantadas do folclore brasileiro, de forma transversal aos conteúdos tradicionais. Os educadores receberam livros e CDs, e as crianças participaram de oficinas culturais.
- Projeto Cultivando Cidadãos – visando promover a educação científica entre crianças e adolescentes do ensino fundamental, a DuPont treina professores, fornece-lhes material didático e trabalha temas do currículo escolar que possam se refletir no cotidiano e na comunidade dos alunos, os quais têm acesso a um tira-dúvidas virtual. A iniciativa inclui o patrocínio a feiras de ciências.
- Projeto Recriar – a Fundação Bunge capacitou educadores da rede pública do ensino fundamental com seminários e oficinas culturais de práticas pedagógicas, permitindo a troca de experiências entre os profissionais, além de estimular o professor a ser protagonista do processo educacional.
- Rede In_Formação – além de promover a formação de professores do ensino infantil e fundamental de escolas públicas e municipais de Francisco Morato (SP), o programa realizado pela ONG Inmed e que conta com investimento da GE Volunteers proporcionou inclusão digital e troca de experiência entre os educadores.

**1**

Erradicar a extrema pobreza e a fome

O primeiro dos oito objetivos do milênio estabeleceu as metas de reduzir pelo menos à metade até 2015 o número de pessoas em situação de extrema pobreza (renda inferior a um dólar PPC por dia) e o de famintas, marca já atingida pelo Brasil. O governo brasileiro decidiu ampliar a meta e se impôs o desafio de reduzir a um quarto a extrema pobreza e a eliminar totalmente a fome no país até 2015. Empresas, institutos e fundações do Grupo +Unidos também deram diferentes contribuições:

- Doações de alimentos e equipamentos – GM, Kraft e Wal-Mart promoveram doações de toneladas de alimentos e de equipamentos úteis a bancos de alimentos, instituições responsáveis por coletar os produtos alimentícios fora de padrões de venda, mas adequados para consumo, e repassá-los a organizações beneficentes que alimentam crianças, adultos e idosos.
- Massa do Bem – o Instituto 3M testou em 2006 e disseminou em entidades assistenciais a partir de 2007 uma receita de pão rica em nutrientes e de baixo custo, criada por universitários. Ela foi produzida em forma de cumbuca por alunos da Apae e usada em substituição a vasilhas de isopor ou plástico, onde são servidas sopas para a população de rua.
- Prato Popular – rede de restaurantes comunitários, mantida em diferentes cidades com investimento da Coca-Cola, serve refeição balanceada pelo preço simbólico de R\$ 1. Em alguns restaurantes, o espaço passou a ser usado também para a realização de cursos de capacitação e orientação vocacional.
- Programa Idéia Fixa por um Sertão 100 Fome – a Goodyear ofereceu a moradores de diferentes localidades por onde passou o Rally dos Sertões (interior da Bahia, Goiás, Piauí e Tocantins) doação de alimentos, além de orientação sobre saúde, higiene, produção de artesanato e planejamento familiar.
- Programa de Grão em Grão – realizado pela Fundação Cargill, cria hortas escolares e presta aconselhamento a alunos de escolas públicas, pais e professores sobre higienização e preparo de alimentos. Com apoio de GE, Monsanto e Visteon, a ONG Inmed Brasil implementou o Horta Brasil, cujo objetivo é ensinar a merendeiras, educadores e comunidade do entorno de escolas públicas o cultivo de hortaliças e o uso dos alimentos de forma a aproveitar seus nutrientes da melhor maneira possível. Entre os parceiros, estão a USAID/Brasil e o escritório Global Development Alliance, da USAID.
- Programa Sopa Solidária – executado pelo Instituto GM, oferece, em todos os dias do ano, a crianças de entidades sociais de Santo André (SP), uma sopa preparada pelos restaurantes de duas fábricas da GM.
- Rebanho caprino – a Kraft e a Pfizer colaboram, respectivamente, com os projetos Cabras Leiteiras e Cabra Escola. Ambos consistem no incentivo à criação de bodes e cabras por famílias no sertão do Ceará e da Bahia. O leite de cabra, além de ser uma fonte de nutrientes, pode ser vendido e gerar renda. Em troca, as famílias se comprometeram a manter suas crianças freqüentando regularmente a escola. Outros projetos e programas de promoção de frentes de trabalho com obtenção de renda estão mencionados no próximo capítulo, na área geração de trabalho e renda (*leia na página 108*).



Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres

Com 17 ações do Grupo +Unidos em 2006, o ODM 3 também consiste numa oportunidade para planejamento de ações futuras. Até porque o Brasil ainda não cumpriu plenamente as metas deste desafio: assegurar a igualdade entre mulheres e homens e garantir a autonomia das mesmas. No entanto, existem exemplos de iniciativas das empresas avaliadas em prol dessa causa, como os que seguem:

- Apoio ao Instituto Promundo – a Nike doou recursos à instituição que realizou atividades educacionais sobre saúde reprodutiva e sexual para jovens meninas de comunidades de baixa renda no Rio de Janeiro (RJ), estimulando sua autonomia e responsabilidade. Além disso, a companhia apoiou organizações internacionais como o PIWH (Pacific Institute for Women's Health), que desenvolve, testa e documenta estratégias efetivas para empoderar adolescentes do Nordeste brasileiro, e a IPPF/WHR (International Planned Parenthood Federation/Western Hemisphere Region), a qual trabalha no país pela participação ativa e formação de lideranças, entre mulheres jovens, em discussões como o cumprimento dos oito Objetivos do Milênio.
- Apoio ao Projeto Sempre Amigas – a 3M contribuiu financeiramente para esse projeto do Grupo Primavera, organização de Campinas (SP) que auxilia no desenvolvimento profissional de meninas de bairros pobres, por meio do ensino de artesanato, orientação vocacional e desenvolvimento de criatividade, além de educação em saúde, línguas e experiência comunitária.
- Campanha Onde Tem Violência, Todo Mundo Perde – o Instituto Avon patrocinou a campanha produzida pelo Instituto Patrícia Galvão e veiculada pela mídia televisiva. O objetivo era sensibilizar os homens para a questão da violência, sobretudo a doméstica, que vitima mulheres e crianças. O Instituto também publicou cartilhas educativas: *Cidadania também é beleza*, que ensina a mulher a acionar mecanismos jurídicos para protegê-la, e *Bem querer mulher*, cujo conteúdo alerta para os danos da violência física ou psicológica.
- Diversidade – EXITE – a IBM implementou essa iniciativa em que as estudantes de um curso de formação de professores no Rio de Janeiro (RJ) tiveram aulas de informática

e receberam orientação sobre planejamento profissional e mercado de trabalho, por meio de encontros com voluntários da empresa.

- Educação, geração de renda, campanhas, eventos e feira – o Instituto Consulado da Mulher, cuja mantenedora é a Whirlpool, atuou com foco na educação continuada para resgate da auto-estima e geração de trabalho e de rendimentos a mulheres com pouca escolaridade e baixa renda. Foram oferecidos aconselhamento, apoio e assessoria a empreendimentos como cooperativas, oficinas e palestras. Além das atividades de capacitação, o Instituto promoveu campanhas em prol dos direitos da mulher com alertas sobre o problema da violência, doou recursos para eventos culturais e realizou feira de economia solidária, tudo no âmbito do universo feminino.
- Projeto Mulheres Gerando Renda – o Instituto Wal-Mart estimulou cooperativas de artesanato, ensinando chefes de família, artesãs de comunidade com alto registro de violência em Recife (PE), a aperfeiçoar suas habilidades e a melhorar os ganhos em seus negócios.



4 Reduzir a mortalidade infantil

Embora o Brasil tenha reduzido a taxa de mortalidade infantil desde 1990, o país ainda busca diminuir as grandes disparidades entre crianças de determinados grupos sociais e étnicos de diferentes regiões. Uma criança afro-descendente nascida em família de baixa renda em um estado do Norte ou Nordeste ainda tem mais chances de morrer prematuramente do que as demais. São poucas as iniciativas das empresas do Grupo +Unidos realizadas diretamente para abarcar esse ODM (apenas 16 ações em 2006), embora se registrem exemplos, como os que seguem.

- Apoio à Pastoral da Criança – pelo menos seis empresas executaram projetos em que contaram com algum tipo de colaboração, parceria ou apoio da Pastoral: Alcoa, Coca-Cola, Esso, GE, Goodyear e Kraft. A instituição promove o desenvolvimento integral de crianças, da gestação à idade de seis anos. Por exemplo: no Pro-

grama Adote uma Comunidade, da Kraft, com execução da Pastoral da Criança, foram realizadas visitas domiciliares a famílias, orientação sobre alimentação enriquecida, uso de soro caseiro, aconselhamento para gestantes, jovens e adultos e capacitação de líderes comunitários.

- Prevenção de acidentes – Fedex, Johnson & Johnson e Wal-Mart apoiaram ações de prevenção a acidentes domésticos executadas pela entidade não-governamental Criança Segura Brasil, integrada a uma rede internacional, a Safe Kids Worldwide. Fedex e Johnson & Johnson contribuíram para a realização de campanhas e cursos em escolas públicas. O Wal-Mart estacionou em lojas de sua rede a Carreta da Criança Segura, que demonstra os perigos que uma casa pode oferecer.
- Programa Bem Mais Saudável – iniciativa da Kraft que colabora para o acompanhamento dos níveis de desnutrição e obesidade de crianças de zero a seis anos, por meio da capacitação de professores, coordenadores pedagógicos e auxiliares de enfermagem. A empresa apoiou, ainda, o projeto do Neobe (Núcleo de Estudos sobre Obesidade e Exercícios Físicos), da Universidade de São Paulo, para capacitação técnica de professores da rede municipal de ensino da capital paulista, com o propósito de criar um sistema nacional de avaliação nutricional.
- Projeto Família Brasileira Fortalecida – em parceria com o Unicef (Fundo das Nações Unidas para a Infância), o Instituto Wal-Mart promoveu a capacitação de agentes de saúde e líderes comunitários. A comunidade recebeu orientação sobre cuidados básicos em saúde, educação e desenvolvimento infantil. Foram distribuídas publicações específicas aos agentes e líderes, bem como às famílias, com os temas: nutrição, direito da criança à saúde, aprendizado psicossocial e necessidades de proteção.

**5****Melhorar a saúde materna**

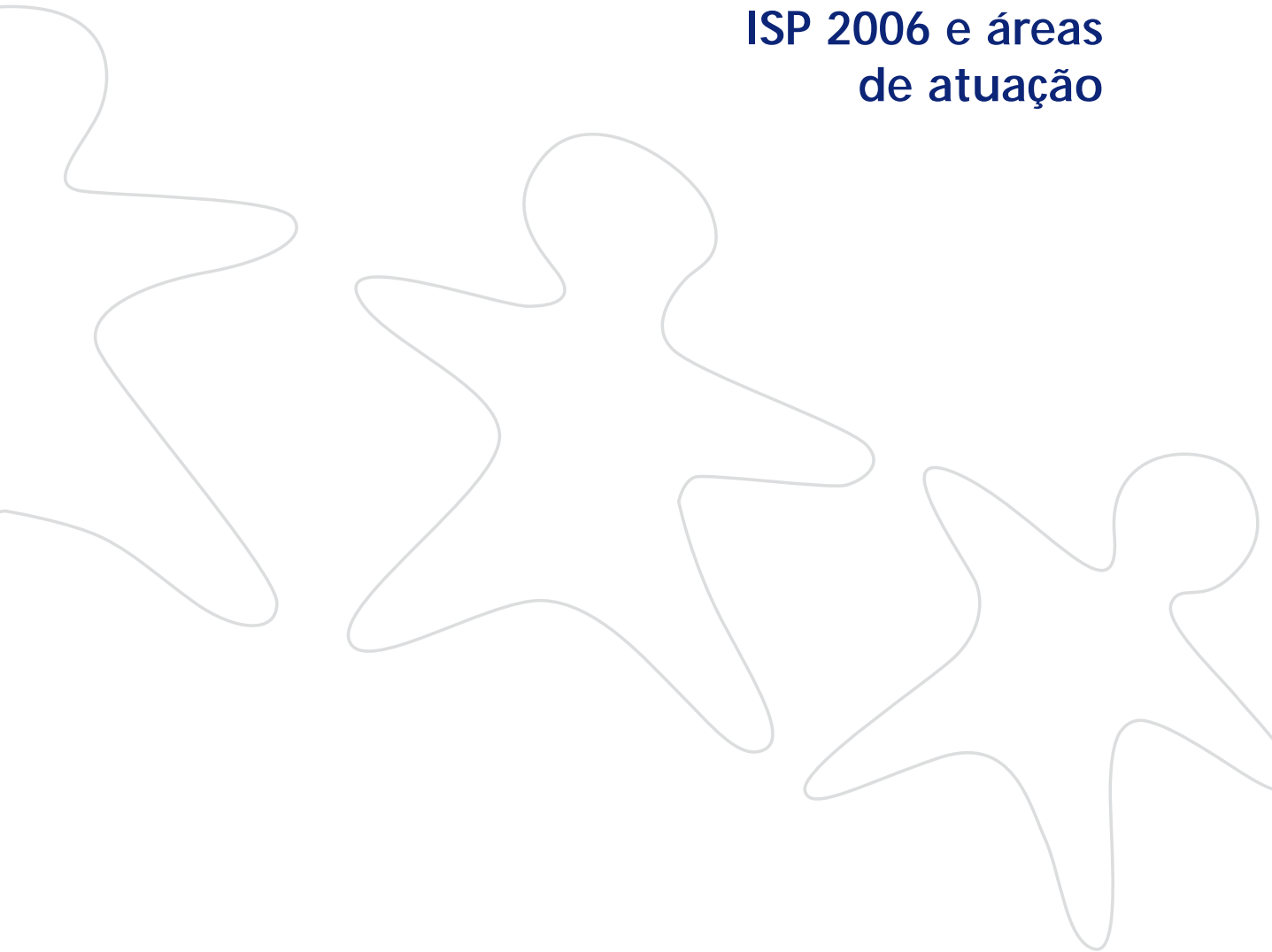
Esse ODM requer maior atenção das autoridades brasileiras e pode direcionar trabalhos do Grupo +Unidos. O Brasil vem registrando, desde 1990, diminuição da mortalidade materna, mas ainda não conseguiu reduzi-la em três quartos, conforme prevê a meta do ODM 5. Um agravante é a subnotificação dessas mortes no país em localidades mais precárias, que

podem piorar as estatísticas. A questão da saúde materna abrangeu apenas duas ações diretamente focadas pelas empresas do Grupo +Unidos analisadas neste estudo. No entanto, há iniciativas que contribuíram para melhorar esse quadro, ainda que de forma complementar:

- Doação em dinheiro e de materiais – a Visteon enviou recursos, além de materiais de escritório e produtos alimentícios à Maternidade Jesus, José e Maria, em Guarulhos (SP). A entidade ampliou suas instalações e atendeu a mais gestantes de alto risco e crianças em UTI neonatal.
- Orientação de gestantes – a Johnson & Johnson destinou recursos para a orientação de gestantes adolescentes, em situação de vulnerabilidade, atendidas pelo Ambulatório Médico do Hospital Materno-Infantil Antoninho da Rocha Marmo, em São José dos Campos (SP). Foram oferecidas informações sobre gestação saudável e o despertar da maternidade e da paternidade responsáveis.
- Palestras e exames gratuitos – a Monsanto proporcionou, em parceria com o Ceparh (Centro de Pesquisa e Assistência a Reprodução Humana), palestras e exames preventivos gratuitos a mulheres de baixa renda da Bahia, na área de Saúde da Mulher e Planejamento Familiar.
- Projeto Saúde e Cultura Pankararu – a Pfizer, em parceria com a ONG Saúde Sem Limites, realizou o pré-natal de índias pankararu, no interior de Pernambuco, em conjunto com parteiras locais, levando em conta também a medicina tradicional do grupo indígena.

3

**ISP 2006 e áreas
de atuação**



1. Visão geral

Dentro de sua missão de aperfeiçoar e difundir conceitos e práticas do uso de recursos privados para o desenvolvimento do bem comum, o GIFE estabeleceu 12 áreas de atuação, ao longo da experiência acumulada desde 1995 no estudo de ISP no Brasil. São elas:

- apoio à gestão do Terceiro Setor;
- assistência social;
- comunicações;
- cultura e artes;
- defesa dos direitos;
- desenvolvimento comunitário/de base;
- educação;
- esportes;
- formação para o trabalho;
- geração de trabalho e renda;
- meio ambiente;
- saúde.

As áreas de atuação caracterizam os temas que norteiam as ações sociais e, assim, facilitam o entendimento e a análise das estratégias dos investidores (*leia mais na página 88*). Em relação aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, à luz dos quais foram indexadas as ações do Grupo +Unidos no capítulo anterior, as áreas complementam a visualização do ISP. Isto porque abrem campos não contemplados entre os esforços coletivos e globais de combate a problemas mundiais previstos nos ODMs.

Entre as áreas aparecem, por exemplo, cultura e artes, apoio à gestão do Terceiro Setor, comunicações e esportes, que, nos ODMs, ficam ocultos em meio a outra classificação. Por isso, optou-se por incluir neste trabalho uma análise do mesmo conjunto de ações vistas, portanto, por outra ótica. Paralelamente, há situações em que as áreas de atuação elencadas pelo GIFE e ODMs claramente se sobrepõem. É o caso de meio ambiente e o ODM

7, que enuncia a garantia da sustentabilidade ambiental, ou saúde e o ODM 6, que prevê o combate ao HIV/Aids, a malária e outras doenças. Nessas situações, foram escolhidos exemplos diferentes para ilustrar o trabalho social das empresas do Grupo +Unidos numa e noutra situação.

Educação em primeiro lugar

Em 2006, a maior parte das ações de empresas, fundações e institutos do Grupo +Unidos analisados neste estudo foi voltada a suprir problemas educacionais. Das 564 iniciativas relatadas, pelo menos 248 (44%) focaram a educação. Elas abrangeram ampla faixa etária (dos primeiros anos da infância até a educação continuada de adultos) e todos os níveis de ensino (creche, pré-escola, ensino fundamental, ensino médio, ensino técnico, ensino superior e pós-graduação).

Essa concentração do investimento em educação coincide com a apuração do Censo GIFE 2007/2008, no qual a maioria dos 80 associados respondentes também definiu educação como prioridade. O propósito de trabalhar nesta área reflete uma preocupação com as deficiências do sistema educacional no país e uma visão de que tais deficiências constituem um grande obstáculo para a superação das desigualdades socioeconômicas, bem como para o crescimento da atuação do Brasil no mercado globalizado.

Entretanto, no levantamento censitário do GIFE, apareceram as seguintes áreas depois de educação: formação para o trabalho, cultura e artes e geração de trabalho e renda. No ISP do Grupo +Unidos, prevaleceram: saúde, com 153 ações (27%); meio ambiente, com 109 iniciativas (19%); e formação para o trabalho, com 89 ações (16%).

Saúde, meio ambiente e formação para o trabalho

Saúde apresentou um leque bastante diversificado de iniciativas, que incluiu, por exemplo, prevenção e tratamento de doenças, projetos educacionais de nutrição e higiene para crianças e famílias e, sobretudo, combate ao câncer, com um terço das ações desta área. Meio ambiente surgiu em terceiro lugar, com iniciativas de conscientização sobre a importância dos recursos naturais e por meio de apoio financeiro ou participação em projetos de conservação. Formação para o mercado de trabalho ficou em quarto lugar no *ranking* das áreas de atuação, revelando uma opção das empresas do Grupo +Unidos de auxiliar jovens, na faixa etária de 15 a 24 anos, a adentrar no mundo do trabalho.

Registrou-se, na seqüência, 69 ações (13%) de apoio e assistência a pessoas em situação de exclusão social, sobretudo crianças, adolescentes, jovens, idosos ou portadores de

necessidades especiais. Abaixo de 10% de concentração ficaram: geração de trabalho e renda e cultura e artes, cada uma com 8%; comunicações e defesa de direitos, com 4% de prevalência cada; desenvolvimento comunitário e esportes, cada uma com 3%; e fechando, com 2%, apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor. Outros 2% ficaram indefinidos por não se encaixarem em nenhuma das classificações.

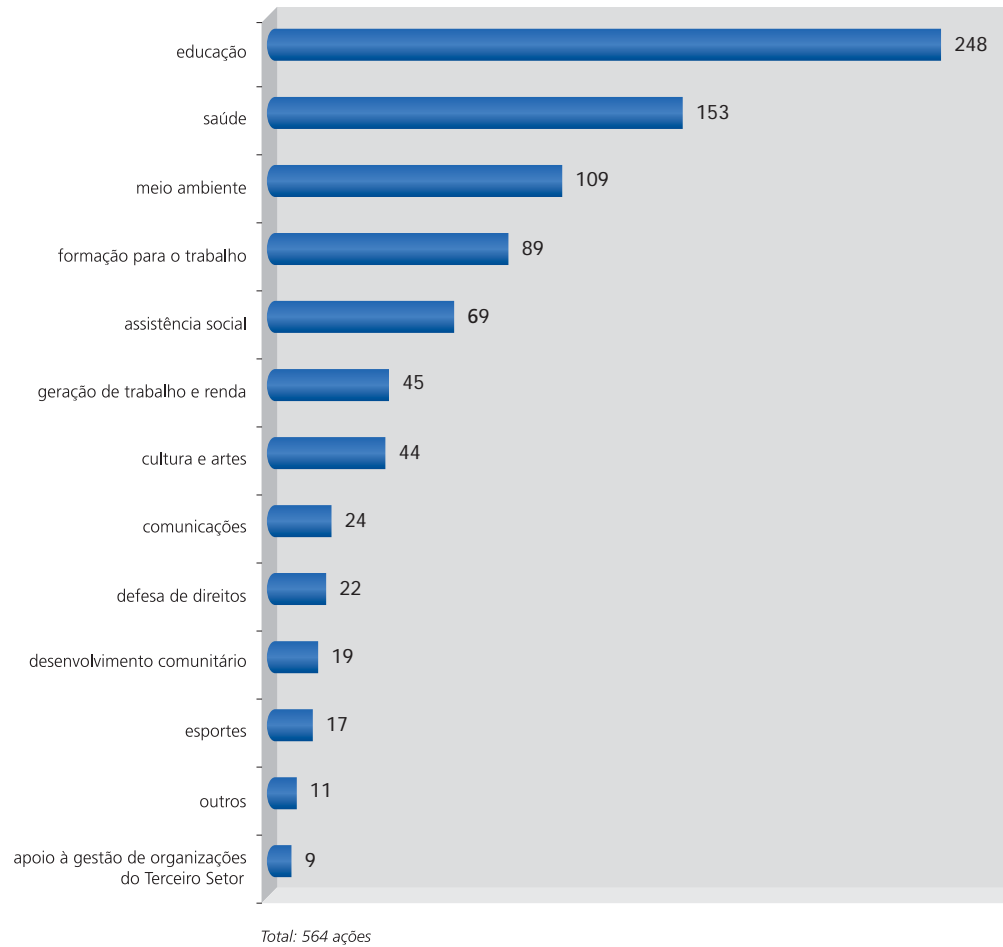
Cruzamento entre áreas

Há ações que se combinam e poderiam ser enquadradas em duas ou mais áreas. Por exemplo: dezenas de projetos de educação em meio ambiente ou de educação em saúde, projetos educacionais voltados a formar jovens para o mercado de trabalho ou iniciativas da área de meio ambiente que também colaboraram para a geração de trabalho e renda. Assim, ao se estabelecer o cruzamento entre elas, verificaram-se as seguintes combinações de áreas no ISP do Grupo +Unidos:

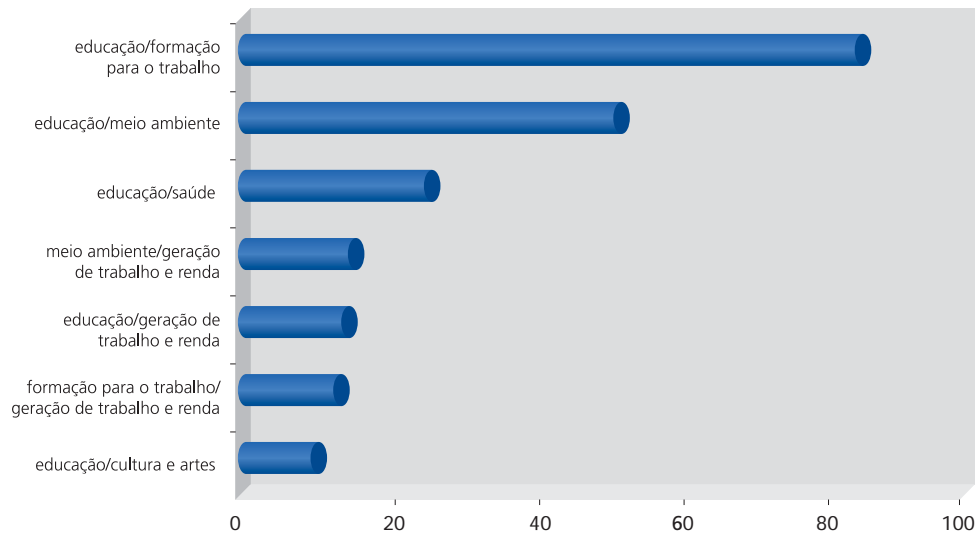
- 1º educação e formação para o trabalho;
- 2º educação e meio ambiente;
- 3º educação e saúde;
- 4º meio ambiente e geração de trabalho e renda;
- 5º educação e geração de trabalho e renda;
- 6º formação para o trabalho e geração de trabalho e renda;
- 7º educação e cultura e artes.

Gráficos – ISP 2006 e áreas de atuação

Áreas de atuação por ações



Principais cruzamentos de áreas de atuação nas ações sociais de empresas, institutos e fundações:



Principais cruzamentos; 564 ações

2. Definição das áreas de atuação

As áreas de atuação têm definições estabelecidas pelo GIFE, que permitem classificar objetivamente as iniciativas realizadas ou apoiadas pelas empresas e mapear os campos de investimento. São elas:

Apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor: ações que promovam o fortalecimento da capacidade institucional das organizações, para que possam atuar com maior eficiência e eficácia. Procuram aprimorar as formas gerenciais e operacionais.

Assistência social: ações de assistência a crianças, adolescentes, jovens, idosos e pessoas em situação de exclusão social, sempre que essas atividades não tenham como núcleo central o tratamento médico ou o ensino.

Comunicações: ações que visam à criação de múltiplos canais de comunicação, compreendendo canais formais e informais de alta e baixa tecnologia, como: meios impressos, meios eletrônicos, rádio e TV.

Cultura e artes: ações que propiciem o desenvolvimento cultural da população em suas diferentes formas de manifestação: literatura, artes cênicas e plásticas, música, audiovisual, folclore, arte popular e patrimônio.

Defesa de direitos: ações que visem o desenvolvimento do exercício dos direitos e a cobrança dos deveres de cada um e de todos.

Desenvolvimento comunitário: ações que visam satisfazer a necessidades fundamentais de uma comunidade, por intermédio da participação ativa e democrática da população no estudo, planejamento e execução de programas específicos.

Educação: ações dirigidas à melhoria dos diversos níveis de ensino direta ou indiretamente, como reforço escolar, por exemplo.

Esportes: ações que promovam práticas esportivas nas diversas modalidades, incluindo a iniciação esportiva, a educação física, artes marciais, entre outras.

Formação para o trabalho: ações de capacitação e formação de jovens para o trabalho.

Geração de trabalho e renda: ações que propiciem a criação de postos de trabalho e de negócios próprios.

Meio ambiente: ações de proteção ao meio ambiente e que promovam o desenvolvimento sustentável.

Saúde: ações de atenção à saúde humana, compreendendo atividades dirigidas ao atendimento médico ambulatorial e hospitalar e à medicina preventiva.

Nas páginas a seguir estão listadas ações do Grupo relativas às 12 áreas de atuação do GIFE, em ordem alfabética pelo nome da ação ou das empresas, dependendo do tipo de exemplo. Mais uma vez, buscou-se elencar as tendências mais recorrentes no Grupo +Unidos, assim como apresentar ações diferentes das que foram selecionadas para os ODMs, no capítulo 3. Ao longo do texto, os cruzamentos aparecem indicados, com remissão à página onde se pode ler sobre outros projetos de características similares.

As iniciativas apresentadas foram resumidas e podem ser conhecidas em pormenores nos balanços ou relatórios socioambientais das companhias ou nos relatórios de institutos e fundações. As ações sociais não mencionadas não devem ser compreendidas como de menor relevância para as populações beneficiadas.

3. Ações 2006 segundo as áreas de atuação

76

As principais características das ações sociais do Grupo +Unidos estão ordenadas pela incidência – das áreas mais às menos encontradas na relação de iniciativas de 2006.

a) Educação

Com quase a metade das ações de 2006 do Grupo +Unidos (248 iniciativas ou 44%), educação apresenta iniciativas de diferentes naturezas: adoção de escolas próximas às fábricas, capacitação de professores, apoio financeiro a entidades que promovem educação, envolvimento da comunidade, oferta de livros, computadores e softwares, reforço escolar, premiações. Pontuais ou de longo prazo, elas são voltadas a uma extensa faixa etária: há desde trabalho com foco em crianças em creches até investimento em alunos de pós-graduação.

Melhorias em escolas e atividades educacionais

- Adoção de escolas – a Cummins cuidou de duas escolas de Guarulhos (SP), onde realizou ampliação e manutenção predial, forneceu apoio psicológico por uma psi-

cóloga contratada, doou alimentos e contou com a participação de seu voluntariado em atividades lúdico-culturais.

- Adoção e construção – a Dow manteve, com recursos financeiros, alimentos, materiais, brinquedos e livros, além de ampliação predial, três escolas públicas e uma creche, em Cubatão (SP), no Guarujá (SP) e na ilha de Matarandiba (BA), tendo uma escola e a creche sido construídas pela empresa. A companhia também contribuiu com um fundo mensal para a educação pública em Cubatão (SP).
- Doação de KidSmarts – trata-se de computadores da IBM, com aparência de brinquedo, que têm softwares educacionais interativos nas áreas de matemática, ciências e geografia. Foram destinados a alunos de educação infantil das unidades escolares municipais de Caraguatatuba (SP). Os professores que utilizaram o computador no dia-a-dia da sala de aula receberam capacitação.
- Programa Luz e Lápis – a AES Eletropaulo deu suporte financeiro e participou da gestão de duas creches em São Paulo (SP), as quais prestam atendimento gratuito em horário integral a crianças de famílias de baixa renda.
- Projeto Empresa Educadora – promovido por empresários e governo do estado, contou com o apoio da Visteon, que desenvolveu programas de capacitação dos alunos, professores, melhoria dos recursos físicos e pedagógicos de uma escola estadual de Guarulhos (SP), com extensão de atividades a pais e à comunidade.
- Projeto Ford nas Escolas – para cada veículo vendido, a Ford e a Abradif (Associação Brasileira dos Distribuidores Ford) doaram R\$ 10 cada uma a um fundo destinado a reformar salas de aulas, bibliotecas, áreas de lazer e esporte e instalações elétricas de escolas da rede pública. Em 2006, foram revitalizadas nove escolas em Camaçari (BA) e Dias D’Ávila (BA).
- Reformas – a GE Volunteers conduziu a reforma de uma creche e de quatro centros de educação infantil situados em Petrópolis (RJ). A Nalco doou equipamentos de escritório e computadores a uma escola pública em Suzano (SP). A Nextel doou materiais para uma instituição de ensino em São Paulo (SP), na qual promoveu palestras, premiação a estudantes e se valeu da atuação do voluntariado para fazer reformas.

Educação complementar ou reforço escolar

- Projeto Casa de Cultura e Cidadania – consiste de espaços implementados pela AES Eletropaulo e a AES Tietê para motivar o exercício da cidadania entre crianças e jovens de 6 a 17 anos. Neles são oferecidos cursos de música, teatro, dança, arte ele-

trônica, circo, a arte de contar histórias, além de atividades complementares, como oficinas, palestras e shows.

- Projeto Parceiros da Criança – o Instituto GM apoiou o projeto que proporcionou a crianças, entre 7 e 14 anos, moradoras de Heliópolis, em São Paulo (SP), aulas de criação de brinquedos, oficinas de arte e reflexões sobre o consumismo, o respeito às pessoas e a solidariedade a colegas com necessidades especiais.
- Projeto Pequeno Cidadão – por meio dessa iniciativa da Caterpillar, estudantes de baixa renda vítimas de violência física e moral de Piracicaba (SP) tiveram educação complementar todos os dias, além de atendimento psicológico, nutricional e social.
- Projeto Segundo Tempo – promovido pela Bunge, beneficiou crianças e adolescentes entre 7 e 16 anos, prioritariamente em situação de risco, nas cidades de Gaspar (SC) e Luziânia (GO). Eles receberam reforço escolar, alimentação e praticaram atividades culturais e esportivas.

Doações a entidades que promovem a educação

As empresas do Grupo +Unidos também contribuíram com recursos para auxiliar entidades sociais não-governamentais que promovem a educação para crianças e adultos:

- a Chevron investiu na Fundação Orsa;
- Chevron, Goodyear e Visteon estabeleceram parceria com a Fundação Educar DPaschoal para patrocínio e distribuição, em escolas públicas, de milhares de livros paradidáticos sobre temas como reciclagem, meio ambiente, folclore, direitos e deveres do cidadão;
- Chevron e Ford investiram em projetos da ONG AlfaSol (Alfabetização Solidária), de alfabetização de jovens e adultos no Norte e Nordeste do país;
- a Ford apoiou o Mova ABC (Movimento de Alfabetização Regional do ABC), iniciativa das prefeituras da região e da comunidade;
- Goodyear, International Paper, Nextel e Nike colaboraram com recursos ou mercadorias para a Fundação Gol de Letra;
- o Instituto GM fez doações para dezenas de instituições educacionais;
- a Nextel contribuiu para melhorias de infra-estrutura e atividades pedagógicas no Espaço Logos de Cidadania Consciente, entidade do Rio de Janeiro (RJ).

Apoio a universidades e a centros de pesquisa

- Bolsas de estudo – a Qualcomm financiou, entre 2006 e 2009, os estudos de doutorado de estudantes de engenharia eletrônica da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP).
- Doação de recursos – a Esso apoiou financeiramente o Departamento de Economia da PUC-RJ em pesquisas de avaliação e análise de políticas sociais, nas áreas de educação, saúde, previdência social, economia do trabalho e economia agrícola. O objetivo era tentar melhorar o foco, a eficiência e a eficácia das políticas públicas no país. A Merck Sharp & Dohme contribuiu para aumentar o acervo, sobretudo das áreas de direito e administração de empresas, da biblioteca da Universidade Zumbi dos Palmares, voltada prioritariamente para a população afro-descendente.
- Doação de equipamentos – a International Paper doou à Esalq (Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz), da USP, equipamentos (digestor, microscópio e vários aparelhos de suporte para realização de análises químicas) provenientes do laboratório de qualidade da madeira da empresa em Mogi-Guaçu (SP).
- Pace – essa é a sigla de Partners for the Advancement of Collaborative Engineering Education, uma iniciativa mundial da GM. No Brasil, em 2006, essa ação resultou na doação de estações de trabalho com computadores, para uso de alunos de graduação e pós-graduação da Escola Politécnica da USP.
- Programa Aluno Residente – esse trabalho da Intel em parceria com a Unicamp e o MCT (Ministério de Ciência e Tecnologia) vem permitindo que PHDs brasileiros de alto gabarito das áreas de engenharia e computação sejam contratados temporariamente para criar novas tecnologias no exterior e, ao retornarem, a Unicamp é beneficiada com recursos para realizar pesquisas de ponta em microeletrônica. Além disso, a empresa patrocinou a Febrace (Feira Brasileira de Ciências e Engenharia, Criatividade e Inovação) e a Mostratec (Mostra Internacional de Ciência e Tecnologia), respectivamente em São Paulo (SP) e em Novo Hamburgo (RS).
- Programa Educação Superior – a Intel doou servidores, *workstations* e *desktops* a universidades brasileiras, realizou *workshops* e investiu recursos em pesquisas de inovação e desenvolvimento de currículos em tecnologia da informação. Foram beneficiados pesquisadores da área de tecnologia da Unicamp (Universidade Estadual de Campinas), UFRS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), USP (Universidade de São Paulo), Unesp (Universidade Estadual Paulista) e o LNCC (Laboratório Nacional de Computação Científica).

- Programa Parcerias Acadêmicas – a Microsoft investiu em universidades, com recursos financeiros, concessão de licenças de software, subsídio na aquisição de produtos, cursos *on-line* gratuitos, sites, livros, CDs, apostilas e palestras. A companhia também mantém no país mais de 20 centros de inovação que fornecem qualificação profissional e serviços especializados a estudantes, professores, faculdades e empresas de TI, além de um centro de *webservices* em Recife (PE), que desenvolve soluções de ponta para a web, e de laboratórios de pesquisa na USP, Unicamp e PUC-RJ.

Prêmios para a comunidade acadêmica

Premiações voltadas ao público universitário promovidas pelas empresas, institutos e fundações do Grupo +Unidos ajudaram a fomentar a pesquisa e a produção acadêmica no país em 2006, como se constata nos exemplos abaixo:

- Concurso Literário International Paper: premiação a trabalhos ficcionais de professores, orientadores e diretores de escolas, tendo o meio ambiente como tema.
- Desafio FGV-Intel de Empreendedorismo Tecnológico: competição nacional de planos de negócios, realizada em conjunto com as Faculdades Getúlio Vargas.
- Prêmio 3M para Estudantes Universitários e Jornalistas: reconhecimento a monografias e reportagens que destaquem descobertas no campo da tecnologia social.
- Prêmio Alcoa de Inovação em Alumínio: distinção a projetos de universitários, seus professores orientadores e faculdades.
- Prêmio Educadores Inovadores: reconhecimento da Microsoft a educadores que usam as novas tecnologias de informação para melhorar a qualidade da educação.
- Prêmio Fundação Bunge: premiação a pesquisadores consagrados e a novos talentos nas áreas de ciências, letras e artes.
- Prêmio Ibrac-Esso: distinção às melhores monografias de universitários sobre comércio, direito da concorrência e consumo.

b) Saúde

Em segundo lugar no *ranking* de áreas de atuação do Grupo +Unidos aparece a saúde, com 153 das 564 ações de 2006, ou 27%. Constatou-se aqui um leque bastante diversifica-

do de iniciativas, que incluiu prevenção e tratamento de doenças, projetos educacionais de nutrição e higiene para crianças e famílias, doações de recursos, medicamentos e equipamentos a hospitais e repasse de verbas a entidades da área. Cabe ressaltar que, dentro desse universo, cerca de um terço das ações colaborou para o combate ao câncer, sobretudo o infanto-juvenil, mas com destaque também para o câncer de mama em mulheres.

Combate ao câncer

As iniciativas mais comuns com relação ao câncer foram investimentos em infra-estrutura ou doações de equipamentos a hospitais, ou de recursos para organizações não-governamentais. São comuns, ainda, a promoção de campanhas de conscientização ou de arrecadação, a oferta de cursos, o patrocínio a fóruns e congressos científicos, além da subvenção a pesquisas acadêmicas em busca da cura.

- Câncer de mama – além de uma série de iniciativas voltadas para a saúde integral da mulher, o Instituto Avon promoveu apoio financeiro a projetos de prevenção e detecção precoce de câncer de mama no país. Parte deles incluiu a compra de mamógrafos. Uma parcela do lucro obtido na venda de alguns produtos da Avon foi destinada à campanha Um Beijo pela Vida, de conscientização sobre o diagnóstico precoce e de patrocínio de cursos sobre o tema à comunidade médica.
- Câncer infanto-juvenil – o Instituto Ronald McDonald construiu e reformou centros de oncologia pediátrica, ambulatórios, salas de quimioterapia e casas de apoio. Também patrocinou congressos e fóruns sobre o tema e manteve o Programa Casas Ronald McDonald, onde se hospedam crianças que precisam receber tratamento fora de suas cidades. Além disso, implementou a Ciope (Central Informatizada de Oncologia Pediátrica), um banco de dados que contém protocolos médicos sobre o tratamento do câncer e os resultados de estudos alcançados pelos grupos cooperativos. Em 2006, o Instituto iniciou ainda o Programa Diagnóstico Precoce, com apoio do Inca (Instituto Nacional do Câncer) e entidades da comunidade científica, para detecção precoce do câncer infanto-juvenil.

Contribuíram para o combate ao câncer com repasse de recursos a hospitais ou entidades:

- Bristol-Myers Squibb – doação ao Instituto Ingo Hoffmann, em Vinhedo (SP), à AB-Câncer, Associação Brasileira do Câncer, à Associação Brasileira de Linfoma e Leu-

ceia, além de patrocínio ao 3º Passeio pela Vida, evento de conscientização sobre prevenção e combate à doença.

- Cargill e Fundação Cargill – investimento para construção da primeira sala cirúrgica no Hospital do Câncer de Rio Verde (GO) e treinamento de pessoal.
- GM e Instituto GM – doações para o Grupo de Apoio à Criança com Câncer, em São José dos Campos (SP), o Grupo de Pesquisa e Assistência ao Câncer Infantil, em Sorocaba (SP), e o Instituto Brasileiro de Controle do Câncer, em São Paulo (SP).
- Kodak – doação ao GACC (Grupo de Apoio à Criança com Câncer), em São José dos Campos (SP).
- Monsanto – recursos para o Hospital Martagão Gesteira, em Salvador (BA), para manutenção de quatro leitos, além de apresentações de coral e teatro.
- Nalco – doação à Unidade de Onco Hematologia Pediátrica Erik Loeff, em Salvador (BA).
- 3M, International Paper e Rigesa investiram no Centro Infantil Boldrini, em Campinas (SP). 3M: patrocínio à Corrida e Caminhada + Vida, com reversão da arrecadação para construção de laboratório de radioterapia, além de apresentação de coral. International Paper: doação de microscópio. Rigesa: suporte financeiro para construir o serviço de radiografia.

Prevenção ou tratamento de outras doenças

- Feiras da Saúde – em parceria com Secretarias Municipais de Saúde, o Wal-Mart promoveu, nas lojas de sua rede, eventos nos quais foram feitas medição de pressão, teste de glicose, avaliação odontológica e ministradas palestras sobre nutrição e parasitoses.
- Formação de profissionais – a Fundação Escola de Enfermagem R. W. Johnson, mantida pela Johnson & Johnson, preparou mão-de-obra em seu tradicional curso técnico. Além disso, professores e alunos da Fundação participaram de ações educativas e preventivas na comunidade, em escolas, instituições e empresas e prestaram treinamento a profissionais de saúde em São José dos Campos (SP).
- Programa Caminhoneiro Nota 10 – a Goodyear prestou assistência médica e oftalmológica a caminhoneiros nas estradas do país, por meio de uma carreta equipada, que visitou dezenas de cidades em 2006.
- Programa Prevenção Porta-a-Porta – com apoio da Johnson & Johnson, a Associação Saúde da Família promoveu visitas domiciliares para prevenção de doenças e

incentivou a população a utilizar o Sistema Único de Saúde em regiões periféricas de Fortaleza (CE) e São Paulo (SP).

- Programa Saúde Integral da Mulher – o Instituto Avon, em parceria com municípios do estado de São Paulo, articulou e promoveu oficinas para formar gestores de serviços públicos de saúde, a fim de que eles participassem do processo de formulação de um plano de saúde integral para as mulheres. Na frente de disseminação de informação, foram editadas e distribuídas à população feminina publicações educativas como a *Cartilha saúde integral da mulher*.

Tecnologia a serviço da saúde

O Cetec (Centro de Tecnologia) do Pólo de Telemedicina da Amazônia, inaugurado em 2006 em Manaus (AM), é um exemplo de iniciativa em que a tecnologia potencializa as ações em prol da saúde. A aquisição de equipamentos, com recursos do CNPq/Ministério da Ciência e Tecnologia, e a doação de softwares pela Microsoft contribuíram para a atuação dos profissionais da área.

Em Parintins (AM), cidade com 32 médicos para 100 mil habitantes, localizada a 330 quilômetros de Manaus, foi inaugurado o primeiro núcleo de telemedicina equipado por iniciativa da Intel. Com a implantação, os médicos da cidade passaram se comunicar em tempo real com especialistas de Manaus, tanto para obter uma segunda opinião sobre a condição de seus pacientes, quanto para receber formação específica e estabelecer diagnósticos mais rapidamente. O centro também atua na prevenção de doenças, sobretudo a hanseníase, com alta incidência no estado. Por meio de teleconsultas, o Pólo de Telemedicina oferece suporte aos internatos rurais e estágios nas faculdades de medicina no interior do estado.

A IBM contribuiu para o avanço de pesquisas que buscam tratamentos e a cura de doenças por meio da iniciativa mundial World Community Grid. Foi criado e disseminado um software que permite que usuários de computadores forneçam a capacidade ociosa de seus micros para acelerar pesquisas científicas relacionadas à saúde, a questões biológicas e ambientais. Em 2006, a primeira pesquisa brasileira participou do projeto: um estudo de comparação de genomas, desenvolvido pela FioCruz (Fundação Oswaldo Cruz), do Rio de Janeiro (RJ).

- Hemofilia e doenças renais – a Baxter apoiou associações de portadores desses males: doou medicamentos, patrocinou livros, publicações e jogos informativos, além de ter promovido palestras de conscientização sobre tratamento e cuidado.

- Doações para entidades médicas – a Bristol-Myers Squibb investiu em diversas ações da Sociedade Brasileira de Infectologia, da Sociedade Brasileira de Reumatologia, da Associação Brasileira de Linfoma e Leucemia e de associações que pesquisam e atuam no tratamento de doenças mentais.
- Saúde dental – realizaram atividades de proteção dentária as empresas Dow, Ford e Rigesa. Pelo Programa de Saúde Oral, a Dow participou com recursos, maquinário, manutenção e materiais de consumo nos postos de saúde municipais de Candeias (BA) e Vera Cruz (BA). No Projeto Sorrindo com a Ford, a empresa manteve o Odontomóvel, consultório montado sobre a plataforma de um caminhão Ford que percorreu o país, com paradas em postos, para conscientização, doação de kits para higiene dos dentes e realização de tratamentos. A Rigesa, por sua vez, apoiou com recursos o Programa Saúde Bucal, desenvolvido pela empresa com a Secretaria de Saúde de Canoinhas (SC), o qual incluiu dicas de escovação, doação de materiais de higiene e de informativos, sobretudo para crianças.
- Educação para nutrição – GE, Johnson & Johnson e Monsanto apoiaram o Programa Crianças Saudáveis, Futuro Saudável, da ONG Inmed. A Fundação Cargill promoveu o Programa de Grão em Grão. Ambas as iniciativas estavam embasadas em atividades educativas contínuas.
- Prevenção a drogas – Procter & Gamble e Rigesa atuaram nesta frente. A Procter & Gamble apoiou campanhas educativas da Associação Parceria Contra as Drogas, dirigidas, sobretudo, a adolescentes. A Rigesa colaborou com a impressão da cartilha *O brasileiro*, criada pela Associação Nacional das Entidades Associativas dos Servidores da Polícia Federal, que continha desenhos e textos de alerta sobre os malefícios das drogas.

Doações a entidades que promovem a saúde

Além de desenvolverem ou apoiarem projetos da área de saúde, as empresas, institutos e fundações do Grupo +Unidos promoveram também uma série de doações em dinheiro, de equipamentos ou de medicamentos a diferentes instituições cujo foco é a promoção da saúde, tais como ambulatórios, hospitais (sobretudo às áreas de pediatria), Santas Casas, casas de apoio e ONGs. Realizaram pelo menos uma ação nesse sentido em 2006: AES Eletropaulo, Cisco, Fedex, Instituto GM, International Paper, Johnson & Johnson, Merck Sharp & Dohme, Procter & Gamble e Rigesa.

Premiações

- Prêmio Johnson & Johnson de Administração Hospitalar – reconhece administradores de hospitais que desenvolvem projetos criativos e eficientes de gestão. Os vencedores participam de seminário no John Hopkins Medical Center em Baltimore (EUA).
- International Grants e HIV/Aids Grants – iniciativa da Merck Sharp & Dohme, consiste em apoio financeiro para realização, por organizações sem fins lucrativos, de projetos inovadores e com potencial de replicação, voltados à educação ou à melhoria da qualidade de vida de pacientes de diferentes patologias.

c) Meio ambiente

Em 2006, a cada dez iniciativas das empresas, institutos e fundações do +Unidos, duas eram ligadas ao meio ambiente. Assim, essa área de atuação apareceu em terceiro lugar, com 109 das 564 iniciativas listadas, ou 19%. Registrou-se, ainda, a ocorrência de duas vertentes de investimentos:

- a) predominância de ações relacionadas à educação ambiental, voltadas em sua maioria para a conscientização de educadores, crianças e jovens sobre a importância dos recursos naturais;
- b) registros de apoio financeiro ou participação em projetos de conservação executados por ONGs da área ambiental.

Ambas as tendências indicam preocupação com a perpetuação dos recursos naturais para as gerações futuras, como já foi apontado nas ações elencadas no relato do ODM 7, o qual apresentou iniciativas de planos de controle ambiental e uso sustentável de recursos, manutenção de reservas e de áreas de proteção e reflorestamento de matas ciliares (*leia mais na página 68*).

Educação ambiental

Alunos e professores do ensino fundamental de escolas públicas municipais ou estaduais formaram o principal público-alvo dos programas de educação ambiental realizados pelas empresas,

institutos e fundações do Grupo +Unidos. A maioria dessas ações contou com o apoio ou a participação das Secretarias Municipais ou Estaduais de ensino. No intuito de despertar o envolvimento com o ambiente e sua preservação, as iniciativas proporcionaram uma série de atividades.

- Centro de Educação Ambiental, Espaço Natureza e Programa Semeando: projetos da Bunge, o primeiro, realizado em Araxá (MG), englobou cursos, palestras, oficinas temáticas, trilhas e treinamentos para professores, alunos e comunidade. O Espaço Natureza consistiu na criação de centros de divulgação ambiental e lazer em Gaspar (SC) e São Paulo (SP), em que foram desenvolvidas: oficinas de criação, hortas, práticas de reutilização da água e recuperação do solo e unidades de compostagem. No Programa Semeando, a Bunge apoiou ações educativas para alunos e professores, com foco nas relações entre campo, cidade e meio ambiente.
- Concurso de Redação, Projeto Os Guardiões da Biosfera e Peca – ações da International Paper, o concurso premiou textos sobre o meio ambiente escritos por alunos em todo o país. O projeto sobre a biosfera levou a escolas de vários estados conhecimentos sobre os biomas brasileiros, em kits contendo: desenho animado em DVD, livro e concurso de desenho para os estudantes, além de almanaque sobre florestas brasileiras para professores, com sugestões de jogos e atividades em sala. O Peca – Programa de Educação e Conscientização Ambiental foi composto por visitas de estudantes a hortos e parques florestais mantidos pela empresa em Itapira (SP), Mogi-Guaçu (SP) e Mogi-Mirim (SP), atividades educativas com monitores e eventos ecoculturais, como teatro e exposições.
- Exposições Cochicho da Mata e LixoÚtil e Projeto Planeta H₂O – na Cochicho da Mata, a Caterpillar reproduziu uma floresta tropical brasileira, com vegetação, animais típicos e simulação de clima, que foi montada em Piracicaba (SP) e em capitais como São Paulo (SP). A LixoÚtil consistiu numa instalação interativa e lúdica, levada a São Paulo (SP) e Belo Horizonte (MG), abordando questões relativas ao lixo: resíduos tóxicos, tempo de decomposição de materiais na natureza, diferenças entre aterro sanitário, lixão e reciclagem. O Projeto Planeta H₂O envolveu uma instalação em São Paulo (SP), com vídeos de explicação e alerta sobre a escassez de água potável no mundo, desmatamento e poluição, além de painéis sobre como combater o desperdício e realização de *workshops* para a comunidade acadêmica.
- Jornal de Educação Ambiental, Projetos Consciência Limpa, Paca, Trilhas Ecológicas e Interpretativas e Seminário de Educação Ambiental – ações da Rigesa, realizadas em várias cidades do país. O jornal, chamado *Rigevida*, teve versões adaptadas para alunos e professores, com orientações sobre atividades em sala. No Consciência Limpa, a

empresa realizou ações de conscientização de moradores de margens de igarapés em Manaus (AM) sobre a preservação dos mananciais de água doce, oficinas de artesanato com resíduos, jogos e brincadeiras para crianças e coletas de resíduos. O Paca – Projeto Aprendendo Com a Árvore teve capacitação de professores e alunos, além de ações e eventos, como conscientização em pedágios, distribuição de mudas, cursos sobre o problema do incêndio florestal, exposição de projetos ambientais e fóruns de discussão. No Trilhas Ecológicas e Interpretativas, a Rigesa promoveu visitas à floresta em regeneração, distribuiu manual com dados sobre a fauna e a flora regionais e auxiliou monitores especializados, em fazenda em Três Barras (SC). Quanto ao Seminário Rigesa de Educação Ambiental para Professores, era composto por distribuição de apostilas com bibliografia, jogos e livros e sugestões de atividades em sala de aula em Blumenau (SC), Feira de Santana (BA), Manaus (AM), Pacajus (CE), Três Barras (SC) e Valinhos (SP).

- Prêmio de Educação Ambiental – a sexta edição desta premiação da Pfizer englobou treinamento de professores, com visita à central de triagem de resíduos, aterro e fábrica de reciclagem de papel, aulas sobre reciclagem para os estudantes, que criaram projetos artísticos (esculturas, painéis) e apresentações (teatro, dança), além de palestras para agentes multiplicadores na comunidade de Guarulhos (SP).
- Preserve o Meio por Inteiro e Visitas Mágicas – promovidos pela 3M, o primeiro envolveu alunos e professores no replantio de matas, observação de elementos poluidores, coleta seletiva, reciclagem e estudos sobre conservação de recursos, em Sumaré (SP), Ribeirão Preto (SP) e Itapetininga (SP); o segundo projeto continha aulas práticas sobre produção e reciclagem de papel, com a participação dos pais.
- Programa Esso-Mamirauá de Educação Ambiental – investimento da Esso em ações educativas (palestras, gincanas, atividades artísticas) sobre a biodiversidade das florestas alagadas e o uso responsável de recursos naturais. A programação foi realizada no Centro Itinerante de Educação Ambiental e Científica Bill Hamilton, no lago Tefé, em frente à cidade de Tefé (AM), uma estrutura flutuante, equipada com laboratório, biblioteca e sala de audiovisual. Houve iniciativas ainda nas reservas Mamirauá e Amaná e nos municípios de Alvarães e Uarini, também no Amazonas.
- Programa Fique Ligado – a AES Eletropaulo organizou palestras e *workshops* para educadores de São Paulo (SP) sobre uso consciente e seguro da energia e realização de atividades pelos alunos (criação de músicas, revista em quadrinhos, jornal, teatro, jogos, brincadeiras e visita à empresa).
- Programa Cidadão-Mirim – Salvando o Planeta, Projeto Criança como Agente de Mudança e Janela para o Mundo – no Cidadão-Mirim, a Monsanto criou três cooperativas

de reciclagem em escolas de Camaçari (BA) e Dias D'Ávila (BA), onde implementou a coleta seletiva de lixo e capacitou professores e alunos, distribuiu livros e organizou peças de teatro. No Criança como Agente de Mudança, a empresa cuidou da preparação de jovens de São José dos Campos (SP) para conscientizar moradores dos bairros onde vivem sobre o meio ambiente e conduzir pesquisa local a respeito do tema, além da plantio de mudas. No Janela para o Mundo, a companhia distribuiu material didático para diretores e coordenadores de escolas e promoveu oficinas de capacitação para professores e alunos em cidades no Pará, Pernambuco, Minas Gerais e Tocantins.

- Programa Manguê Limpo – idealizado pela Dow, promoveu atividades de conscientização para alunos e viagem ao litoral paulista, para estudo do meio ambiente, visita a museu, viveiro e estação de larvicultura com reprodução de espécies marinhas, na chamada Estação Manguézal, localizada no Guarujá (SP).
- Projetos O Futuro é Agora e Reviva o Rio Atibaia – no primeiro, a Merck promoveu treinamentos para professores de distritos de Campinas (SP), oferecendo palestras, material didático, espaço para debates e discussão de melhores práticas, além de ações com os alunos, como criação de maquete da Área de Proteção Ambiental onde a empresa se encontra, mostra de cinema, oficina de animação, estudo do meio ambiente, distribuições de material com conceitos como poluição e preservação; no Reviva o Rio Atibaia, realiza-se anualmente um evento ecológico, com plantio de mudas, limpeza das margens do rio Atibaia (SP), atividades culturais e palestras técnicas sobre sustentabilidade, entre outros assuntos.
- Projeto Sementes – a Rohm and Haas financiou curso teórico e prático para crianças de Jacareí (SP), sobre temas como água, ar, natureza, reciclagem, nutrição e desenvolvimento sustentável.
- Reciclasa – oficinas sobre reciclagem, promovidas pela IBM, para professores, e exposição itinerante de uma casa com mobília e objetos produzidos com material reciclado do lixo industrial e urbano, realizadas em Belo Horizonte (MG), Fortaleza (CE) e São Paulo (SP).

Intercâmbio com ONGs ambientais

A preocupação com o manejo adequado de recursos naturais e a intenção de preservá-los esteve presente em iniciativas de 2006, envolvendo ONGs. Mais de 20% das empresas realizaram ao menos uma ação em parceria com organizações não-governamentais de meio ambiente atuantes no Brasil, ou as apoiaram com repasse de recursos ou até mesmo participaram da gestão.

- A AES Eletropaulo prestou apoio à campanha da organização ambientalista WWF-Brasil, para arrecadação de recursos em prol do Arpa (Programa Áreas Protegidas da Amazônia). Em um período do ano, as contas de energia elétrica veicularam o anúncio da campanha de doações.
- Caterpillar, Chevron, Citi e Monsanto investiram recursos em projetos de preservação ambiental conduzidos no país pela TNC (The Nature Conservancy). Bunge e Citi praticaram investimentos na área ambiental em iniciativas conduzidas pela Conservação Internacional do Brasil. De origem americana, ambas se dedicam a estabelecer alianças para promover a conservação e a utilização sustentada da biodiversidade. A Bunge participou ainda, em 2007, com a ONG Oréades Núcleo de Geoprocessamento e a Conservação Internacional do Brasil, da criação da Aliança BioCerrado, para ampliar a conservação desse bioma.
- A DuPont foi uma das fundadoras do IBio (Instituto BioAtlântica), ao lado de outras companhias e da Conservação Internacional do Brasil. O IBio atua na formação de parcerias com governos, ONGs, universidades e empresas e na implantação de iniciativas de recuperação e conservação da Mata Atlântica.
- A Esso fez investimentos para manutenção e participou do Conselho da ONG Azul, que realiza atividades de conservação e preservação de ecossistemas aquáticos no Brasil.
- A Monsanto destinou recursos ao FCOP (Fundo para a Conservação da Onça-Pintada) para levantamento, por parte da entidade, de informações sobre a distribuição da espécie no Brasil e a elaboração de estratégias de preservação.
- Em projeto da Rigesa, a SPVS (Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem e Educação Ambiental) prestou orientação técnica, visando à conservação de florestas de araucárias. A empresa também efetuou doação para a Fundação O Boticário, que aplicou a verba em cursos da entidade, voltados para pessoal de ONGs ambientais.
- A 3M colaborou com recursos para o reflorestamento da mata ciliar de Sumaré (SP), executado pela ONG Sociedade Humana Despertar, com parceria da Esalq (Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz da USP), prefeitura e órgãos estaduais.

Plantio de mudas na paisagem urbana

A AES Eletropaulo, a Bunge e a Johnson & Johnson investiram em 2006 no Projeto Pomar Urbano, uma iniciativa do governo do estado de São Paulo de plantar árvores e cuidar da jardi-

nagem às margens do rio Pinheiros, na capital paulista. O objetivo é recuperar a paisagem urbana e ao mesmo tempo empregar dezenas de bolsistas contratados pelo governo para esta frente de trabalho. Idealizado pela Secretaria de Estado de Meio Ambiente em parceria com setores da iniciativa privada, o projeto engloba uma área total de 600 mil metros quadrados.

A Alcoa apoiou seus funcionários no plantio, em Itajubá (MG), Itapissuma (PE), Juruti (PA), Poços de Caldas (MG), São Luís (MA), Tubarão (SC), Sorocaba (SP), São Paulo (SP) e Santo André (SP) mais de 110 mil árvores em 2006, dentro do Programa Dez Milhões de Árvores, iniciativa mundial cuja meta é plantar 2,3 milhões de mudas só na América Latina até 2020 – mais de 30% já foram plantados na região desde o início do programa em 1998 (*leia mais sobre plantio de árvores na página 71*).

Atividades de preservação

Ações promovidas ao longo de 2006 colaboraram para salientar a importância da conservação de recursos naturais.

- Cummins, Semana do Meio Ambiente – palestras sobre economia de energia elétrica nas residências, roda de leitura com crianças e doação de livros.
- Dow, Dia do Meio Ambiente – passeio ambiental pelo rio Santo Amaro, no Guarujá (SP), visita à Estação Manguezal e apresentação dos trabalhos desenvolvidos pelo Programa Mangue Limpo, soltura de camarões produzidos na Estação de Larvicultura.
- Nalco, Dia da Árvore – palestras sobre meio ambiente para jovens e plantio de mudas na área da fábrica, situada em São Paulo (SP).
- Nextel, palestras de proteção ao meio ambiente – abordagem de temas como coleta seletiva, dirigida a alunos de escolas públicas do ensino fundamental.

d) Formação para o trabalho

A formação da juventude para o mercado de trabalho ficou em quarto lugar no *ranking* das áreas de atuação, com 89 ocorrências, ou 16% das ações de 2006. Algumas iniciativas com esse mesmo propósito já foram listadas no relato do ODM 8 (*leia na página 62*), uma vez que está entre suas metas a formulação e execução de estratégias que permitam aos jovens alcançar um trabalho digno e produtivo.

A opção das empresas do Grupo +Unidos de ter os jovens como importante público-alvo vai ao encontro dos dados do Censo GIFE Juventude 2007/2008. O levantamento revelou que 77% das instituições que integram o GIFE e responderam ao Censo trabalharam com a faixa etária de 15 a 24 anos, embora não exclusivamente, desenvolvendo iniciativas com foco em educação, formação para o trabalho e geração de renda. Cabe acrescentar que estudiosos têm apontado a juventude como a “segunda janela de oportunidades” (a primeira se dá nos seis anos iniciais de vida das crianças), pois, nessa fase da vida, o indivíduo está mais propenso a transformações e aprendizados, simultaneamente à entrada no mercado do trabalho.

No universo das ações analisadas, pautadas nesse intuito, percebeu-se uma concentração de investimento em:

- cursos profissionalizantes de capacitação de mão-de-obra, executados por instituições como as do chamado Sistema S (Sesc, Senac, Senai e Sesi), por ONGs ou universidades;
- cursos de informática;
- adesão ou apoio a programas do governo federal, que objetivaram a criação de empregos para os jovens;
- doações de materiais, sobretudo computadores, a entidades;
- e, em menor escala, iniciativas de inserção no mercado de trabalho e concessão de bolsas de estudo.

Cursos profissionalizantes

- Centro de Capacitação Profissional Henry Ford – a Ford aportou recursos e doou motores e veículos para uso pedagógico para essa escola técnica, mantida pelo poder público e privado, situada na zona leste da capital paulista. Em parceria com o Senai, a Ford ofereceu cursos técnicos em mecânica, eletrônica veicular e informática a jovens de 14 a 17 anos. Por um convênio com a Abradif (Associação Brasileira dos Distribuidores Ford), os diplomados foram encaminhados para colocação profissional nos Distribuidores Ford.
- Curso Profissionalizante no IPP (Instituto Profissionalizante Paulista), Projeto Educando Adolescentes para o Futuro e laboratório multimídia – o Citi investiu no IPP, fundado com apoio do banco, sob a missão de selecionar e preparar jovens de baixa renda, de 14 a 24 anos, moradores de São Paulo (SP), para ingressar e permanecer

no mercado de trabalho. O conteúdo incluiu reforço em matemática, português, secretariado, telemarketing, orientação da estrutura e do funcionamento das empresas, planejamento profissional e pessoal, entre outros. Ao terminar o curso, os estudantes foram encaminhados para trabalhar em empresas, por meio da Lei do Aprendiz. Quanto ao Projeto Educando Adolescentes para o Futuro, da ONG Reciclar (Instituto de Reciclagem do Adolescente), também recebeu recursos do Citi. O projeto atende jovens de 15 a 20 anos, de famílias de baixo poder aquisitivo, do bairro do Jaguaré, em São Paulo (SP). Eles receberam educação complementar, aprenderam a criar caixas, envelopes e brindes a partir de técnicas de reciclagem de papel e foram encaminhados ao mercado de trabalho. Em 2006, o Citi investiu ainda na construção de um laboratório multimídia no Ceap (Centro Educacional e Assistencial de Pedreira), que contribuiu para a educação profissionalizante básica e técnica de crianças e jovens, de 10 a 18 anos na região de Pedreira, em São Paulo (SP). O Citi também realizou em 2006 o Projeto Empreendedorismo Juvenil e Microcrédito (*leia mais na página 64*).

- Diversidade – AfroTech – a IBM proporcionou a jovens afro-descendentes, de comunidades de baixa renda, de cinco instituições de São Paulo (SP) e Grande São Paulo (SP), aulas de informática, introdução à tecnologia, sistemas de informação e internet. Elas foram ministradas por voluntários da IBM. A equipe de recursos humanos da empresa organizou palestras sobre planejamento profissional e dicas de como entrar no mercado de trabalho.
- Programa Escola de Fábrica – promovido pelo Ministério da Educação, visa estreitar laços entre as escolas e as empresas, para gerar oportunidades de emprego a estudantes de 16 e 24 anos da rede pública de ensino fundamental ou médio ou de programas educacionais do governo federal, com renda familiar *per capita* de até 1,5 salário mínimo. Contou com apoio da Cisco, que ofereceu aos jovens da cidade satélite do Paranoá (DF), um curso sobre redes de computadores, denominado Programa CCNA (Cisco Certified Network Associate), com aulas teóricas e uso de laboratórios interativos.
- Programa Foco – parceria entre o Instituto GM, o Sindicato dos Metalúrgicos de São Caetano do Sul e o Senai, qualificou jovens das comunidades de São Caetano do Sul (SP) e Gravataí (RS), além de sindicalizados, em informática, mecânica veicular, torno CNC, auto cad, inglês e espanhol. Parte dos alunos foi admitida na GM.
- Programa Nacional de Estímulo ao Primeiro Emprego – a Microsoft contribuiu com recursos financeiros, material didático e softwares para treinamento técnico neste

programa, cujo objetivo é prover o acesso à tecnologia para jovens de baixa renda, de 16 a 24 anos, e capacitá-los para inserção no mercado de trabalho, com fundamentos da informática e utilização da internet, entre outros.

- Projeto Afro-brasileiro – a Monsanto colaborou para inserir no mercado de trabalho estudantes afro-descendentes, de baixa renda, de São Paulo (SP) e de Salvador (BA), por meio de patrocínio de curso universitário, em parceria com o CIEE (Centro de Integração Empresa-Escola). O auxílio incluía pagamento de mensalidade e de despesas complementares, para material didático, transporte, alimentação e cursos.
- Projeto Criando e Fazendo Arte – o Instituto Wal-Mart investiu na formação educacional e técnica em artesanato para adolescentes e jovens mulheres, entre 16 e 24 anos. A execução ficou a cargo da ONG Casa Menina Mulher, em Recife (PE). O dinheiro doado serviu para a compra de máquinas de costura industrial e reforma do espaço físico.
- Projeto Educação para o Trabalho – investimento da International Paper em iniciativa realizada pelo Senac de Mogi-Guaçu (SP), o qual ofereceu treinamento e desenvolvimento de competências básicas para o trabalho e cursos técnicos, destinado a jovens a partir de 15 anos, de famílias de baixa renda.
- Projeto Jovem Produtor – executado pela Care, recebeu apoio da Pfizer para capacitar alunos de 16 a 25 anos, de uma escola agrícola em Pedro II (PI), em manejo de aves e suínos. Promoveu-se o estímulo ao empreendedorismo, à capacidade de gestão dos negócios e comercialização dos produtos, com o objetivo final de implementar um modelo semi-intensivo de criação de pequenos animais e gerar renda local.

Inserção no mercado

- Programa Jovem Aprendiz – a Johnson & Johnson promoveu a qualificação de jovens que participaram, por mais de um ano, de atividades na área administrativa da empresa. Eles receberam orientação para desenvolver suas diferentes habilidades e foram acompanhados na escola formal, nas relações com o núcleo familiar e com a organização não-governamental parceira que os indicou. O programa foi aplicado em Caçapava (SP), Jacareí (SP), São José dos Campos (SP) e São Paulo (SP).
- Programa Jovem Cidadão, na Bahia – recebeu apoio da Bunge, por meio de convênio com a prefeitura de Candeias. O objetivo era promover a participação de jovens de baixa renda em rotinas administrativas das empresas do município. Eles recebe-

ram bolsa-auxílio, apoio social e médico e depois foram contratados por empresas da região. Em parceria com a Juco (Juventude Cívica de Osasco), a empresa também incentivou o programa em São Paulo (SP), no bairro do Jaguaré, que ofereceu experiência no mercado a estudantes do último ano do ensino fundamental.

- Programa Jovem Cidadão, em São Paulo – a Visteon ofereceu formação para o trabalho a estudantes da rede pública, com idades entre 16 e 21 anos, dentro de suas dependências. Por um ano, os jovens participaram de cursos de informática, língua portuguesa, receberam dicas de elaboração de currículos e orientação sobre entrevistas de emprego, além de visitarem museus e teatros. Após a formatura, foram contratados ou recomendados para o mercado. Em 2007, a empresa aderiu ao Programa Aprendiz Legal, que promove capacitação profissional e educacional para jovens de 14 a 24 anos, em parceria com instituições como Senai e CIEE.
- Projeto Menor Aprendiz, em Minas Gerais – a Monsanto aceitou, como trabalhadores em suas unidades, jovens de Paracatu entre 14 e 18 anos que cursavam o ensino fundamental ou médio.

e) Assistência social

Depois de educação, saúde, meio ambiente e formação para o trabalho, a assistência social foi foco de 69 ações, ou 13% das iniciativas, ocupando o quinto lugar entre as áreas de atuação em 2006. Nestes casos, o público-alvo é a parcela da população em situação de alta vulnerabilidade ou exclusão social. Cabe acrescentar que a assistência social também foi alvo da maior parte das iniciativas de voluntariado, conforme apresentado no capítulo 4 (*leia na página 121*).

Sobretudo entre as empresas, a maioria das ações consistiu em doações de recursos financeiros, feitas diretamente a entidades sociais situadas em municípios onde estão suas instalações. Também houve registro de doações de alimentos, equipamentos, produtos e roupas. Realizaram alguma ação nesse sentido em 2006: Cisco, Dow, GE, Goodyear, Instituto GM, International Paper, Kraft, Ketchum, Kodak, Monsanto, Nalco, Nextel, Procter & Gamble, Rigesa, Visteon e Wal-Mart. Foram beneficiadas principalmente instituições com foco em crianças e adolescentes, como abrigos, lares e associações de portadores de necessidades especiais.

Outra relevante contribuição neste campo foram doações de recursos a Fundos para Infância e Adolescência, destinados à manutenção de entidades de acolhimento e proteção. A Lei Federal nº 8.069, de 13/7/1990, que criou o Estatuto da Criança e do Adolescente, permite aos contribuintes do Imposto de Renda, sejam pessoas físicas ou jurídicas, deduzir

da renda bruta até 1% do total das doações efetuadas aos fundos controlados pelos conselhos municipais, estaduais e nacionais dos direitos da criança e do adolescente. Declararam ter feito doações dessa natureza: AES Eletropaulo, Bunge, Chevron, IBM, International Paper, Merck Sharp & Dohme, Rigesa e Visteon.

Algumas iniciativas de assistência social, como as relativas à distribuição de alimentos, foram citadas no relato do ODM 1, voltado para a erradicação da extrema pobreza e da fome (*leia na página 73*).

f) Outras áreas de atuação

Em relação ao total de iniciativas de 2006, apresentaram índices abaixo de 10% de ações as seguintes áreas de atuação: geração de trabalho e renda (8%), cultura e artes (8%), comunicações (4%), defesa de direitos (4%), desenvolvimento comunitário (3%), esportes (3%) e apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor (2%). Completando o total, ficaram com 2% as ações que não se enquadram em nenhuma das categorias. Dada a contribuição de algumas empresas para áreas específicas, há iniciativas que merecem menção e são relatadas a seguir.

Na área de geração de trabalho e renda, o Instituto Wal-Mart apoiou o fortalecimento de cooperativas de artesãos, a maioria com jovens e mulheres de baixa renda. Os recursos do Instituto contribuíram não só para o aperfeiçoamento das habilidades dos beneficiados e a aquisição de equipamentos, como também para melhorar o gerenciamento dos negócios da produção até a venda.

As iniciativas de reflorestamento ou de plantio geraram ocupação e renda a produtores em pequenas propriedades pelo país. Praticaram ao menos uma ação dessa natureza em 2006: Alcoa, Citi, Coca-Cola, DuPont, Kraft, Monsanto, Pfizer e Rigesa. Outro registro observado no Grupo +Unidos foi o de apoio a cooperativas de reciclagem efetuado por empresas como Coca-Cola, Wal-Mart, Dow, Merck Sharp & Dohme e Rigesa. Em menor volume, verificou-se investimento na ONG Integreare (por DuPont, Kodak e Merck Sharp & Dohme), a qual indica às empresas os fornecedores oriundos de grupos tradicionalmente excluídos (afro-descendentes, portadores de deficiência, índios), de forma a aumentar sua participação na cadeia de suprimentos.

No campo de cultura e artes, as iniciativas observadas em 2006 compuseram um panorama bastante diversificado, incluindo reformas ou manutenção de bibliotecas (AES Eletropaulo, Citi e Fundação Cargill), cinema gratuito (Monsanto), patrocínios a shows e orquestras (AES Eletropaulo), fomento a projetos culturais (Avon) e folclóricos (Coca-Cola), reformas de

museus (Citi), patrocínio a livros de arte (Esso) e a grupos de dança (Kraft) e de teatro (Visteon). O uso de leis de incentivo fiscal foi registrado em somente 41% das empresas analisadas (incluindo tanto patrocínios a projetos culturais inscritos na Lei Rouanet, como doações incentivadas aos Fundos da Infância e da Adolescência), porcentagem que sinaliza que o Grupo +Unidos pode expandir a prática de utilização desse mecanismo (*leia mais na página 28*).

O apoio financeiro à produção de peças de divulgação foi o tipo de iniciativa mais encontrado na área de comunicações. Registraram-se patrocínios à confecção de manuais de organizações ambientais (AES Eletropaulo); vídeos de campanhas de conscientização sobre violência doméstica (Avon); informativos sobre saúde (Baxter); manutenção de websites de entidades da área médica (Bristol-Myers Squibb); e voltados à juventude (Cisco).

Na área de atuação de defesa de direitos, foram relatadas campanhas de conscientização, que alertavam para a proteção dos direitos da mulher ou da criança. Alguns exemplos: publicação de cartilhas educativas sobre os direitos das mulheres (Avon); Campanha do Dia Internacional da Mulher, com distribuição de panfletos e realização de oficinas (Whirlpool e Instituto Consulado da Mulher); Dia Wal-Mart pela Criança, em que 1% das vendas de lojas e clubes da rede Wal-Mart foram doadas para proteger crianças inseridas nos programas nacionais da Fundação Abrinq.

A participação ativa da comunidade do entorno das empresas na discussão de questões fundamentais que afetam a todos foram promovidas em 2006 por: Alcoa, Caterpillar, Dow, Kraft e Monsanto. Cada qual à sua maneira, essas corporações realizaram atividades como assessoria técnica, formação de lideranças, cursos e palestras, que permitiram o posicionamento da comunidade e o encaminhamento, junto ao poder público, de questões locais de interesse comum, assim como o planejamento conjunto de um futuro compartilhado.

Na área dos esportes, a Nike realizou diferentes doações de produtos próprios à atividade esportiva para entidades sociais cujos programas auxiliam jovens a praticar alguma modalidade esportiva. Outras empresas que apoiaram financeiramente a execução de ao menos um projeto social focado no esporte foram: Bunge, Cummins, Esso, Fedex, McDonald's e Monsanto.

Entre as ações para apoiar a administração de organizações do Terceiro Setor, figuram atividades da Accenture, que, a fim de melhorar e fortalecer a capacidade de gestão de ONGs em diferentes níveis, prestou consultoria pro bono por meio de seu corpo de voluntários a organizações não-governamentais (*leia mais na página 125*). Em 2007, o Instituto Ronald McDonald também contribuiu nesta área por meio da elaboração e da distribuição do chamado *Manual de projetos*, que levou orientações para instituições apoiadas melhorarem financeiramente sua atuação.

4

Voluntariado



1. Visão Geral

O Grupo +Unidos conta com um expressivo corpo de voluntariado, que trabalha sobretudo nas áreas de assistência social, educação e saúde. Ao todo, as 46 empresas e os 13 institutos e fundações que participaram deste estudo realizaram mais de duzentas ações de voluntariado em 2006, por todo o país. Foram arrecadados e doados 5,5 milhões de reais em dinheiro, além de toneladas de alimentos e milhares de itens como agasalhos, brinquedos e calçados que não puderam ser computados em cifras. A esse resultado, somam-se outros 9 milhões de reais injetados pelas empresas na execução dessas ações.

É complexo precisar o tamanho da mão-de-obra envolvida nessa manifestação solidária. Metade das 46 empresas declarou o número de voluntários em 2006. O total de declarantes em 2007 – que agrega pelo menos duas grandes mobilizadoras de mão-de-obra – tende a expressar melhor o contingente voluntário em aproximadamente 87 mil pessoas.

Levando-se em consideração um universo de cerca de 320 mil empregados das 46 empresas estudadas do Grupo +Unidos, a média de adesão aos programas de voluntariado é da ordem de 27% em 2007. Esse índice localiza-se no melhor patamar apurado por pesquisa do Riovoluntario⁴, também publicada em 2007 e denominada *Perfil do voluntariado empresarial no Brasil*, pela qual só cerca de um quarto das empresas com programa de voluntariado empresarial institucionalizado gera índices de mobilização acima de 20%.

Entre os 13 institutos e fundações analisados, aferiu-se que 46% estão incumbidos da coordenação do voluntariado de suas mantenedoras. Quanto ao número de voluntários em 2006, 62% dos institutos e fundações prestaram essa informação, totalizando 7.025 funcionários atuantes.

Outro aspecto de destaque é a adoção, no Brasil, pelas empresas do Grupo +Unidos, de práticas consagradas de voluntariado corporativo nos Estados Unidos: *one-to-one match*, *dollars for doers* e maratonas de ação comunitária. A primeira modalidade diz respeito à contrapartida que a empresa faz a cada mercadoria ou real doado pelos voluntários às instituições beneficiadas. Pelo *dollar for doers*, as empresas destinam verbas predefinidas às entidades para as quais seus funcionários dedicaram determinada carga horária de trabalho. Nas maratonas, os empregados são estimulados a trabalhar voluntariamente em várias ações realizadas em um período do ano, coletando doações e/ou dedicando sua *expertise*.

⁴ Entidade não-governamental que há mais de uma década produz, aplica e dissemina tecnologias sociais para a qualificação e o gerenciamento eficiente de recursos voluntários.

Todo o esforço do voluntariado do Grupo +Unidos envolveu, pelo menos, 860 mil pessoas, beneficiadas direta e indiretamente, em várias cidades do Brasil no ano de 2006. Além disso, mais de 1.200 instituições receberam benefícios. Não se tem a quantidade de pessoas que elas atingem, mas se sabe que compõem um universo variado de ONGs, lares de crianças, casas de idosos, creches, cooperativas, escolas, hospitais e postos de saúde. Como o somatório não se aplica a todas as ações descritas (muitas não traziam o número de pessoas ou entidades beneficiadas), conclui-se que a abrangência pode ser bem maior.

2. Voluntariado – empresas

Das 46 empresas analisadas, 37 afirmaram que investiram em voluntariado no Brasil em 2006, ou seja, 80% das companhias deste estudo. Contudo, 23 delas (50% do grupo-alvo) informaram o número de funcionários dedicados a ações voluntárias, perfazendo 15.513 pessoas.

Para chegar a uma estimativa média de adesão ao voluntariado, o total declarado de voluntários foi confrontado com o número de funcionários das 23 empresas respondentes (76.198 empregados). Com isso, pôde-se verificar a existência de uma taxa de adesão de 20% aos programas de voluntariado em 2006. Vale esclarecer que, quando analisadas individualmente, as empresas revelam médias bastante variadas de adesão, as quais vão de 2% a 100% (um exemplo único).

Dentre as 37 empresas que investiram em ações de voluntariado em 2006, mais de dois terços também afirmaram contar com uma coordenação geral para as atividades. E entre as 37, quase todas traçam estratégia anual ou bienal para as ações. Em relação ao Grupo +Unidos, esses dados se refletem da seguinte maneira: mais da metade das 46 empresas analisadas possui coordenação de voluntários que organiza as atividades, o que é amplamente recomendado tanto para o melhor funcionamento do voluntariado como para a adequada programação das entidades beneficiadas.

Das respostas depreende-se ainda que 63% dos voluntários participaram da escolha das ações, opinando nos temas a realizar. Além disso, quase a metade do total de voluntários (46%) contava com planos delineados para aplicação da força disponível e eram liberados do serviço para atuar (48%). Os resultados das ações de voluntariado foram avaliados por mais da metade das respondentes, isto é, por 24 das 37 empresas que investiram em voluntariado em 2006.

Se por um lado essas características demonstram uma abordagem madura, em contrapartida o Grupo +Unidos ainda pode desenvolver frentes importantes de aprimoramento dos

programas de voluntariado, uma vez que apenas 35% das empresas declararam investir em capacitação de voluntários, poucas companhias (15%) contrataram consultores para fazer planejamento do voluntariado e somente uma convocou consultor para fazer a avaliação das ações voluntárias.

Voluntariado nas empresas em 2007

Das 46 em foco, 39 afirmaram que investiram em ações de voluntariado no Brasil em 2007, o que representa 85% das companhias analisadas. Entre as 39 que investiram em voluntariado, contava-se um total de, pelo menos, 86.896 voluntários em seus quadros naquele ano. Essa quantidade resulta do somatório das respostas a pergunta aberta, por 28 empresas (61%), a respeito do número de participantes em atividades voluntárias.

Metade das empresas implantou novos programas, projetos ou ações de voluntariado em 2007. As 23 que afirmaram ter feito inovações são: 3M, Accenture, Baxter, Bunge, Cargill, Caterpillar, Cisco, Citi, Cummins, Dell, Dow, Fedex, GE, Goodyear, IBM, Intel, Kodak, Kraft, Nalco, Nike, Procter & Gamble, Rohm and Haas e Wal-Mart.

A mudança mais significativa de 2006 para 2007 diz respeito ao número total de voluntários, que saltou de 15.513 em 2006 para 86.896 em 2007. Esse crescimento de mais de cinco vezes em relação ao ano anterior explica-se, em parte, pelo fato de empresas significativamente atuantes em voluntariado terem fornecido o número de adesões no questionário de 2007. Também registrou-se que companhias já respondentes em 2006 apresentaram relativa elevação no número de voluntários em 2007.

O aumento do número de empresas declarantes de voluntários faz supor que o total de funcionários dedicados a ações voluntárias no Grupo +Unidos seja mais bem expresso pelas estatísticas de 2007: cerca de 87 mil voluntários. E mesmo que tal número seja confrontado com o universo de cerca de 320 mil funcionários das empresas participantes deste estudo, atinge-se uma média de 27% de adesão ao voluntariado.

Pesquisa realizada pelo Riovoluntário mostrou que 34% das empresas respondentes contavam com até 5% de participação de colaboradores em ações e eventos de voluntariado, enquanto 16% apresentam de 5 a 10% e 18% tinham de 10 a 20%. Somente 26% conquistaram mais de 20% de participação, nível em que se encontram as empresas estudadas do Grupo +Unidos.

Gráficos – Voluntariado – empresas 2006

A empresa investiu em ações de voluntariado no Brasil em 2006?



Resposta única: 46 respondentes

Houve uma coordenação geral do programa de voluntariado na empresa em 2006?



Resposta única: 37 respondentes

A coordenação traçava estratégia anual ou bienal para as ações?



Resposta única: 25 respondentes

Os voluntários propunham os temas e as ações em que queriam atuar?



Resposta única: 37 respondentes

Os voluntários tinham um plano de trabalho periódico?



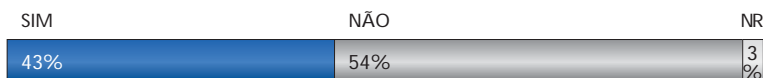
Resposta única: 37 respondentes

A empresa liberou horas-trabalho dos voluntários em 2006?



Resposta única: 37 respondentes

Os funcionários receberam capacitação para atuar como voluntários?



Resposta única: 37 respondentes

A empresa contratou consultor para fazer planejamento estratégico e treinamento do voluntariado?



Resposta única: 37 respondentes

A empresa fez avaliação das ações de voluntariado?



Resposta única: 37 respondentes

A empresa contratou consultor para fazer avaliação das ações de voluntariado?



Resposta única: 37 respondentes

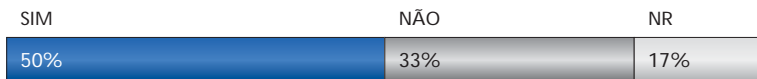
Voluntariado empresas 2007

A empresa investiu em ações de voluntariado no Brasil em 2007?



Resposta única: 46 respondentes

Foram implantados novos programas, projetos ou ações de voluntariado em 2007?



Resposta única: 46 respondentes

3. Voluntariado – institutos e fundações

Em 2006, dez dos 13 institutos e fundações, ou 77%, afirmaram ter investido em ações de voluntariado no Brasil. Desses dez declarantes, oito responderam a pergunta aberta a respeito do número de funcionários mobilizados, chegando-se a um total de 7.025 voluntários.

Apurou-se, também, que 80% dos dez institutos e fundações que declararam investir em voluntariado contavam com pessoal para coordenação geral dos voluntários e traçaram estratégia anual ou bienal para suas ações. Mais da metade dos dez respondentes (60%) elaborou um plano periódico de trabalho. E mais de dois terços (70%) forneceram capacitação para os voluntários da mantenedora.

Dos 13 institutos e fundações analisados, seis deles (46%) estão incumbidos de cuidar do voluntariado de suas mantenedoras. Ou seja, os programas ficam totalmente sob a tutela dos institutos e fundações. Outros três (23%) não se envolvem com o voluntariado corporativo. Dois destes três, entretanto, também congregam mão-de-obra da comunidade para realizar algumas ações sociais.

Repetindo a tendência verificada entre as empresas, poucos institutos e fundações contrataram consultores para fazer planejamento ou treinamento das ações – 30% dos dez respondentes –, embora 80% tenham promovido avaliação. Apenas dois institutos e fundações contrataram consultor para avaliar o desempenho da força voluntária, o que indica que há uma oportunidade para os institutos e fundações do Grupo +Unidos aprimorar tecnicamente suas atividades de voluntariado.

Voluntariado nos institutos e fundações em 2007

Repetiu-se, em 2007, o número de declarantes com investimento em voluntariado, ou seja, dez dos 13 institutos e fundações. Dentre eles, apurou-se que pelo menos 6.474 funcionários estiveram em atividade voluntária, de acordo com as respostas de sete declarantes. Como houve diminuição de porcentagem entre os declarantes (de 80% para 70%), despreende-se que o total de envolvidos em atividades voluntárias pode não ter diminuído. Vale, ainda, referir que 30% dos que investem não forneceram o número de participantes em ações sociais. Estima-se, então, que o total de voluntários seja maior.

Quase a metade dos institutos e fundações estudados (46%) implantou novos programas, projetos ou ações de voluntariado em 2007. São eles: Fundação Bunge, Fundação Cargill, GE Volunteers, Instituto 3M, Instituto GM e Instituto Wal-Mart.

Gráficos – Voluntariado – institutos e fundações 2006

O instituto ou fundação investiu em ações de voluntariado no Brasil em 2006?



Resposta única: 13 respondentes

Havia coordenação geral do programa de voluntariado no instituto ou fundação?



Resposta única: 10 respondentes

A coordenação traçava estratégia anual ou bienal para as ações?



Resposta única: 8 respondentes

Os voluntários tinham plano de trabalho periódico?



Resposta única: 10 respondentes

Os funcionários da empresa recebiam capacitação para atuar como voluntários no instituto ou fundação?



Resposta única: 10 respondentes

O instituto ou fundação contratava consultor para fazer planejamento estratégico e treinamento do voluntariado?



Resposta única: 10 respondentes

O instituto ou fundação fazia avaliação das ações de voluntariado?



Resposta única: 10 respondentes

O instituto ou fundação contratou consultor para fazer avaliação das ações de voluntariado?



Resposta única: 10 respondentes

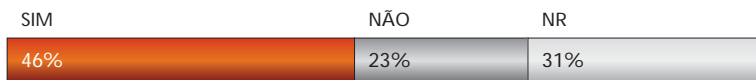
Voluntariado institutos e fundações 2007

O instituto ou fundação investiu em ações de voluntariado no Brasil em 2007?



Resposta única: 13 respondentes

Foram implantados novos programas, projetos ou ações de voluntariado em 2007?



Resposta única: 13 respondentes

4. Áreas de atuação do voluntariado

Assistência social

Nas mais de duzentas iniciativas de voluntariado realizadas em 2006 pelas empresas, institutos e fundações em estudo, predominou a assistência social⁵. Vinte e sete empresas (57% do grupo estudado) registraram ao menos uma atividade voluntária de assistência social em 2006. Só em doação de alimentos, foram cerca de 40 iniciativas.

Os voluntários arrecadaram e doaram pelo menos 5,5 milhões de reais em espécie em 2006. Além desse montante, mais de 9 milhões de reais foram aplicados pelas empresas em diferentes frentes voluntárias, de forma a potencializá-las, como a dobra de valor doado pelos funcionários, o chamado *one-to-one match* (leia na página 126) e o apoio a atividades, com doações diretas a entidades nas quais os funcionários trabalharam, o *dollars for doers*. Ambos os valores resultam do somatório declarado pelas empresas nas planilhas descritivas do estudo e não abrangem a totalidade das ações. Portanto, os 5,5 milhões de reais arrecadados pelo voluntariado e os outros 9 milhões de reais investidos pelas empresas são números aproximados, que tendem a ser maiores.

Pela predominância da assistência social, presume-se que boa parte do dinheiro possa ter seguido para essas ações de apoio múltiplo a pessoas em situação de exclusão, amparadas ou não por entidades sociais. O que é palpável, entretanto, são as centenas de mercadorias coletadas. Milhares de funcionários promoveram campanhas pelo país afora, ao longo do ano, sobretudo em épocas festivas (Natal, Páscoa, Dia das Crianças) ou períodos como inverno e volta às aulas.

Por questões de valor de mercado e de parâmetros corretos para fazer as devidas avaliações, não foi possível converter todo o apanhado de itens em cifras. Acrescente-se que muitas das empresas têm tantas filiais com autonomia local, que a matriz não consegue registrar todas as doações promovidas por iniciativa do voluntariado. Por isso, a quantia em espécie equivalente a mercadorias não será computada neste estudo. Para se ter uma noção do volume reunido por esforço de voluntários em 2006, seguem alguns exemplos de doação única por empresa:

⁵ Na conceituação GIFE, a área de atuação de assistência social envolve o desenvolvimento de ações de assistência a crianças, adolescentes, jovens, idosos, pessoas em situação de exclusão social sempre que essas atividades não tenham como núcleo central o tratamento médico ou o ensino. Alguns exemplos: manutenção de abrigos ou lares, doação de alimentos, roupas, brinquedos, artigos de higiene ou móveis, práticas de atividades socioeducacionais e reintegração social e familiar.

- 45.129 peças de agasalhos;
- 47 mil quilos de alimentos;
- 47.800 quilos de lixo para reciclagem;
- 10.215 kits de vestuário, conjunto de material escolar e brinquedo;
- 21.726 quilos de alimentos; 17.673 unidades de brinquedos; 10.378 exemplares de livros; 10.259 peças de roupas e 8.652 produtos de higiene.

Parte dessa predominância da assistência social do corpo de voluntariado pode ser explicada em parte pelo fato de várias empresas terem unidades espalhadas pelo país, em localidades com grande concentração de pobreza. Em meio a esse cenário, os funcionários tendem a colaborar com a comunidade do entorno das instalações da empresa, efetuando doações de artigos de primeira necessidade aos vizinhos.

Educação

A segunda área de atuação com considerável incidência nas ações voluntárias do Grupo +Unidos em 2006 foi educação⁶. Atuaram em algum tipo de atividade voluntária na qualidade de educadores em 2006 – em escolas, empresas ou comunidades – os funcionários das seguintes corporações: Accenture, Bunge, Cargill, Citi, Cummins, Dell, DuPont, GE, GM, IBM, Johnson & Johnson, McDonald's, Monsanto, Nalco, Procter & Gamble, Rohm and Haas, Rigesa, Visteon e Wal-Mart.

O Grupo +Unidos também registra exemplos de coordenação de atividades entre empresas e seus respectivos institutos ou fundações, com envolvimento de voluntários. Ou seja, em sinergia com estratégias do investimento social privado da companhia, os funcionários são treinados para trabalhar em programas de educação, coordenados e monitorados pelo instituto ou fundação:

- A Fundação Bunge conduz o Programa Comunidade Educativa, desenvolvendo projetos em escolas públicas de ensino fundamental, situadas no entorno das unidades

⁶ Na conceituação GIFE, a área de educação envolve o desenvolvimento de ações dirigidas à melhoria dos diversos níveis de ensino direta ou indiretamente. Alguns exemplos: reforço escolar, doação de livros ou material didático, capacitação de educadores e oficinas educativas.

Funcionários dão aulas em projetos da United Way e da Junior Achievement

Algumas empresas do Grupo +Unidos investem em duas organizações-meio, de origem americana, da área de educação juvenil: a United Way Brasil e a Junior Achievement. A primeira se empenha em captar recursos no meio corporativo e em selecionar projetos que receberão apoio financeiro; a segunda realiza seus próprios projetos educacionais em escolas públicas. United Way Brasil e Junior Achievement também organizam ações de voluntariado e capacitam os funcionários das empresas associadas para ministrar aulas aos jovens beneficiados.

A United Way Brasil tem sede na capital paulista e foca no apoio a projetos de capacitação da juventude popular urbana para sua inclusão no mercado de trabalho. Investiram na United Way Brasil em 2006: DuPont, Johnson & Johnson, Nalco, Procter & Gamble e Rohm and Haas. Os funcionários dessas empresas, além de fazerem doações em dinheiro (com contrapartida financeira da companhia), dedicaram-se a oferecer aulas sobre finanças pessoais, administração de empresas, empreendedorismo e língua inglesa. Participaram ainda de maratonas de voluntariado, envolvendo jovens de organizações comunitárias de base, com a promoção de arrecadações e doações.

A ONG Junior Achievement está presente em vários estados brasileiros e desenvolve programas educacionais em diferentes frentes, a maioria na área de administração e economia. Em 2006, recebeu dinheiro e força voluntária das seguintes empresas do Grupo +Unidos: Accenture, Citi, Coca-Cola, Dell, GE, GM, Johnson & Johnson, Monsanto, Visteon e Wal-Mart. Após orientação e treinamento, os voluntários se dedicaram a aulas e palestras a alunos de escolas públicas de ensino fundamental ou médio sobre diversos assuntos. Estiveram em pauta: o funcionamento dos negócios, o mundo das finanças e a gestão de empreendimentos, além da importância da continuidade dos estudos para a carreira.

da empresa, a fim de fortalecer o interesse dos alunos pelo aprendizado e de aproximar a família da escola. Em 2006, este programa mobilizou mais de 500 voluntários, que dedicaram pelo menos duas horas semanais para a execução das tarefas. Foram beneficiados aproximadamente 11 mil alunos e 300 professores em 16 escolas, de municípios de oito estados brasileiros.

- Na Cargill, os voluntários são capacitados para o Programa de Grão em Grão, no qual ensinam crianças de sete a dez anos, em aulas sobre agricultura familiar, segurança alimentar e preparo de alimentos, além de aconselharem as famílias dos estudantes e de ensiná-las a cultivar e a fazer uso de hortas pessoais. Os voluntários também distribuem material educativo, ajudam a manter as hortas das escolas

e capacitam professores. Em 2006, o programa envolveu 230 voluntários que beneficiaram 52 mil crianças e suas famílias e 2.700 educadores. *(leia mais sobre ações de educação na página 89)*

Saúde

A terceira área de incidência do voluntariado em 2006 foi saúde⁷. Os funcionários das seguintes empresas realizaram algum tipo de ação nesse campo: 3M, Cisco, Cummins, GE, Goodyear, Nextel, Pfizer, McDonald's, Monsanto e Visteon.

- Na Pfizer, o Programa de Fortalecimento de Gestão para ONGs visa à realização de um curso de gestão para organizações de combate ao HIV/Aids, promovido pelos voluntários para melhorar o gerenciamento delas. Os funcionários da empresa trabalharam como consultores sociais das ONGs em toda a fase de desenvolvimento do projeto, de março a julho de 2006. Agiram facilitando as reuniões, questionando os gestores e fornecendo orientações para possíveis soluções por meio da construção de um plano de ação. As sete ONGs participantes desenvolveram projetos específicos de gestão, relacionados à missão e aos objetivos de sua organização. Os voluntários da Pfizer também foram estimulados a participar de atividades comunitárias em instituições de saúde. Houve, ainda, capacitação para se tornarem contadores de histórias a crianças hospitalizadas.
- Na Goodyear, funcionários criaram o Programa Diga Não às Drogas. Cerca de 35 voluntários levaram às escolas públicas e entidades da capital paulista informações sobre dependência química e distribuíram uma cartilha informativa. Em 2006, aconteceram 30 palestras, assistidas por um público de 8.680 pessoas.
- Na Cummins, funcionários voluntários promoveram 15 palestras na Associação Desportiva Classista dos Funcionários da Cummins (Grêmio Recreativo), dirigidas a 15 gestantes, com informações sobre gravidez e cuidados básicos no primeiro ano de vida do bebê.

⁷ Na conceituação GIFE, abrange o desenvolvimento de ações de atenção à saúde humana, compreendendo atividades dirigidas ao atendimento médico ambulatorial e hospitalar e à medicina preventiva. Alguns exemplos: atendimento médico e psicológico, criação de unidades de atendimento em regiões com escassez de serviços públicos, apoio a unidades de atendimento da rede pública de saúde, apoio a ONGs que atuam na área, capacitação de RH e doação de materiais e equipamentos.

Outras áreas de atuação

Em relação ao total de atividades voluntárias de 2006, foram menores os registros das seguintes áreas: meio ambiente, cultura e artes, defesa de direitos, apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, desenvolvimento comunitário, geração de trabalho e renda, comunicações e esportes.

Mesmo em menor volume, algumas iniciativas de apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor merecem ser mencionadas, dada sua contribuição para o fortalecimento deste campo. Há no Grupo +Unidos casos de referência de oferta de competências técnicas dos funcionários a entidades sociais, a fim de ampliar a atuação das mesmas, tais como:

- Voluntários da Accenture prestaram consultoria *probono* para estruturar a área de projetos da ONG VivaRio. Sete especialistas da empresa desenharam o modelo de gestão, revisaram processos e criaram indicadores de integração para os projetos.
- Na mesma linha de trabalhar no âmbito do *core business* da companhia, assessores de comunicação da Ketchum doaram *expertise* para promover a divulgação na mídia do Instituto Brasil Acessível. Os assessores repetiram a ação em 2007 com o Centro Brasileiro de Apoio Pedagógico Especializado ao Deficiente Visual e com a Abrasta (Associação Brasileira de Talassemia).
- Empregados da Microsoft realizaram treinamento e consultoria *probono* em tecnologia para empreendedores sociais da Ashoka, de modo a ajudá-los a aprimorar o trabalho social em curso.
- Na DuPont, funcionários desenvolveram planos de negócios para organizações com foco na formação de jovens, como a ONG Associação Lua Nova, CPA Pe. Bello e Aldeia do Futuro, no estado de São Paulo.
- Da Merck Sharp & Dhome saiu a contribuição para que o IQE (Instituto Qualidade no Ensino) criasse um plano de comunicação.
- Voluntários da Alcoa desenharam um plano de gestão para a Apae de Poços de Caldas (MG).
- Na Fedex, voluntários com formação em arquitetura criaram o projeto de uma sala de computação para o Lar do Menor de Carapicuíba (SP).

5. Incentivo das empresas às ações do voluntariado

As empresas do Grupo +Unidos adotam diferentes modelos de mobilização dos voluntários. Pela recorrência, merecem destaque a duplicação do *one-to-one match*, as doações vinculadas do *dollars for doers* e as maratonas de arrecadação e de prestação de serviços.

One-to-one match

Significa que a cada valor em dinheiro arrecadado e doado pelos voluntários, a empresa doa igual quantia, fazendo um *match*, ou par de igualdade. Essa prática é comum entre empresas americanas, no intuito de estimular as equipes de voluntariado a aumentar suas arrecadações e, assim, multiplicar o alcance das iniciativas. Além de envolver valor em espécie, o *match* também pode ser feito com mercadorias. Nesta situação, a cada produto arrecadado entre os voluntários, a empresa doa outro similar. Declararam a realização de *one-to-one match* no Brasil em 2006:

- Caterpillar – a cada quilo de alimento doado pelos funcionários, a empresa doou outro.
- Citi, Microsoft, Pfizer, Visteon – a cada um real doado pelos funcionários a entidades sociais, as empresas contribuíram com igual valor.
- Dell – a cada quilo de roupa arrecadado, a Dell doou um cobertor.
- Kraft – a cada um real doado pelos funcionários a entidades sociais, a Kraft Foundation (EUA) contribuiu com igual valor.
- Merck Sharp & Dhome – dobrou doações de agasalhos, dinheiro, chocolates, entre outros produtos.
- Rigesa – a cada quilo de alimento, roupa, calçado e brinquedo, a empresa doou outra mercadoria do mesmo tipo.
- Wal-Mart – a cada kit com peças de roupa, itens de higiene e brinquedo doado a uma criança, a empresa acrescentou um conjunto de material escolar ou vestuário.

Outra maneira de praticar o incentivo do voluntariado com colaboração simultânea pelas empresas pôde ser observado pela aplicação de recursos ou doações extras por parte das corporações a ações sociais desenvolvidas por seus funcionários.

- Baxter – voluntários arrecadaram peças de agasalhos e a empresa comprou mais um lote em menor número.
- Cummins – funcionários deram aulas de música e a empresa comprou os instrumentos para os alunos.
- 3M – voluntários coletaram materiais para doação em entidades e a empresa contribuiu com os custos do evento e da entrega.

Dollars for doers

Nesse tipo de incentivo, as empresas destinam quantias em dinheiro a entidades nas quais seus funcionários realizam trabalhos voluntários, por um determinado número de horas. A seguir, alguns exemplos da prática no Grupo +Unidos:

- Alcoa – cada funcionário ou estagiário que completou, respectivamente, um mínimo de 50 ou de 40 horas de dedicação voluntária, fora do horário de trabalho, a uma mesma instituição recebeu uma doação em dólares para entregar à mesma. Também receberam benefício entidades em que dez funcionários e seus familiares atuaram por quatro horas durante um sábado ou domingo. Os recursos vieram da Alcoa Foundation (EUA).
- Cargill – os funcionários inscreveram as entidades onde atuavam individualmente para serem premiadas. Os trabalhos selecionados ganharam doações em dinheiro destinadas às organizações, e o funcionário recebeu um certificado de reconhecimento.
- GM – a GM Foundation (EUA) contribuiu com valores predefinidos em dólar a cada 50 horas de trabalho/ano completadas em uma das 68 instituições cadastradas no programa da empresa. A participação podia ser individual ou coletiva (mínimo de três e máximo de dez funcionários). Em 2006, mais de 90 voluntários concluíram o desafio. Em 2007, esse número subiu para 455.
- IBM – a empresa fez a contrapartida, doando dinheiro ou equipamentos, quando o voluntário completou 40 horas de atividades, em uma mesma entidade, num período de cinco meses. Mais de 90 instituições foram beneficiadas em 2006.
- Kodak – colaboradores que realizaram trabalhos voluntários em projetos definidos de entidades da comunidade puderam indicar essas instituições para receber doações da Fundação Eastman Kodak (EUA).
- McDonald's – a companhia premiou, com dinheiro, projetos comunitários nos lo-

cais onde equipes de seus 550 restaurantes no país realizaram mais ações sociais durante o ano. Em 2006, foram cerca de 5.300 ações e mais de 300 instituições beneficiadas.

- Wal-Mart – o trabalho social inscrito que mais se destacou – em tempo destinado às atividades, resultados obtidos e contribuição pessoal do voluntário – foi reconhecido com uma premiação financeira.

Maratonas de voluntariado

Em 2006 e 2007, registram-se entre as empresas aqui analisadas vários eventos de voluntariado, realizados em períodos definidos, nos quais os funcionários se mobilizaram para a arrecadação de itens ou promoveram uma série de atividades em prol da comunidade, tais como:

- Accenture – Semana Nacional do Voluntariado: Semana A+: dezenas de ações aconteceram em abril de 2007, das quais 3.375 funcionários participaram, beneficiando mais de 17 mil pessoas, sobretudo crianças e jovens de 160 projetos sociais diferentes.
- Avon – Dia do Beijo pela Vida: revendedoras Avon promovem, anualmente, caminhadas para disseminar informações sobre prevenção do câncer de mama em todo o território nacional. São realizados exames clínicos das mamas, em parceria com mastologistas, e distribuídos cerca de 5 milhões de folhetos informativos.
- Baxter – Dia de Fazer a Diferença: voluntários atuam durante um dia inteiro em instituições do Terceiro Setor. Em 2006, 40 funcionários trabalharam na construção de um local de estudos e brincadeiras para crianças de um orfanato.
- Chevron – Week of Caring: em 2006, mais de cem funcionários beneficiaram cerca de 20 instituições em 13 cidades, de cinco estados, com a promoção de rodas de leitura, oficinas de artesanato, pintura de escolas e de praças, doações de livros educativos, visitas a instituições e passeios com crianças.
- Citi – Dia Global na Comunidade: evento mundial de ações comunitárias, que mobilizou no Brasil mais de 1,4 mil voluntários, em benefício de 5 mil pessoas, de 16 cidades em 2006.
- Coca-Cola – Dia Mundial de Limpeza de Rios e Praias – em 2006, cerca de 1.200 funcionários do Sistema Coca-Cola Brasil recolheram 36 mil toneladas de lixo, em 222 quilômetros de praias, áreas de foz e margens de rios, lagos e lagoas. A ação

abrangeu mais de 60 municípios de 23 estados brasileiros. O resíduo coletado foi doado a cooperativas de reciclagem.

- Dell – Mês Global de Envolvimento com a Comunidade: doações de itens de informática e alimentos, visitas a cinco instituições e reformas de outras duas no mês de setembro de 2006, além de encaminhamento de computadores para reciclagem e reaproveitamento.
- Dow – SolidariDOW: em 2007, voluntários colaboraram num mutirão de construção de casas populares para 32 famílias do Guarujá (SP), durante um dia de trabalho, em parceria com a ONG Associação Habitat para a Humanidade Brasil.
- GE – Semana GE Volunteers: mobilização de funcionários para a realização de trabalhos em instituições sociais; Campanha Você contra a Fome: gincana de arrecadação e doação de cestas básicas a dezenas de instituições que beneficiam crianças, adultos, portadores de necessidades especiais, idosos ou jovens.
- Instituto Alcoa – Mês Mundial de Serviços Comunitários: 6.068 participantes promoveram, em outubro de 2006, uma série de ações comunitárias em benefício de mais de 6 mil pessoas, entre crianças, idosos, estudantes e doentes, de 84 instituições.
- Kraft – Dia Nacional do Voluntário Kraft: evento anual com dezenas de ações dos funcionários em benefício de mais de 6 mil idosos, crianças e deficientes do entorno das unidades da companhia.
- McDonald's – Campanha McDia Feliz: dia de mobilização nacional em toda a rede de restaurantes, com reversão do dinheiro arrecadado com a venda de sanduíches Big Mac (retirados os impostos) a mais de 60 hospitais, instituições e ONGs, cadastrados pelo Instituto Ronald McDonald e que tratam e apóiam crianças com câncer.
- Nextel – Caminhada Cultural Solidária: em 2006, participaram 143 colaboradores em São Paulo (SP), com arrecadação de fundos e de mais de 500 quilos de alimentos para crianças em situação de risco.
- Wal-Mart – Dia na Comunidade: iniciado em 2007, contou com a participação de mais de 6.200 associados, de 305 unidades do Wal-Mart em todo o país, que contabilizaram 30 mil horas de trabalhos voluntários.

Por reunirem esforços em equipe para a realização, em um curto período, de várias ações em prol da comunidade, as maratonas podem sensibilizar funcionários para uma atuação mais regular futura. Vale dizer, contudo, que programas de voluntariado ganham consistência quando prevêem e coordenam uma série de ações contínuas durante o ano, buscando

comprometer no longo prazo o maior número de funcionários da companhia e levando em consideração tanto as necessidades da população local como os objetivos do negócio. Sendo assim, é importante para o Grupo +Unidos refletir sobre a repercussão das maratonas em seus programas, de forma que possam cumprir o papel de gerar novos frutos.

6. Conclusão

No grupo estudado, as atividades de voluntariado merecem relevo por ocorrerem de forma naturalmente difusa pelo país – onde as empresas estão presentes –, pela quantidade de envolvidos e, conseqüentemente, de beneficiados.

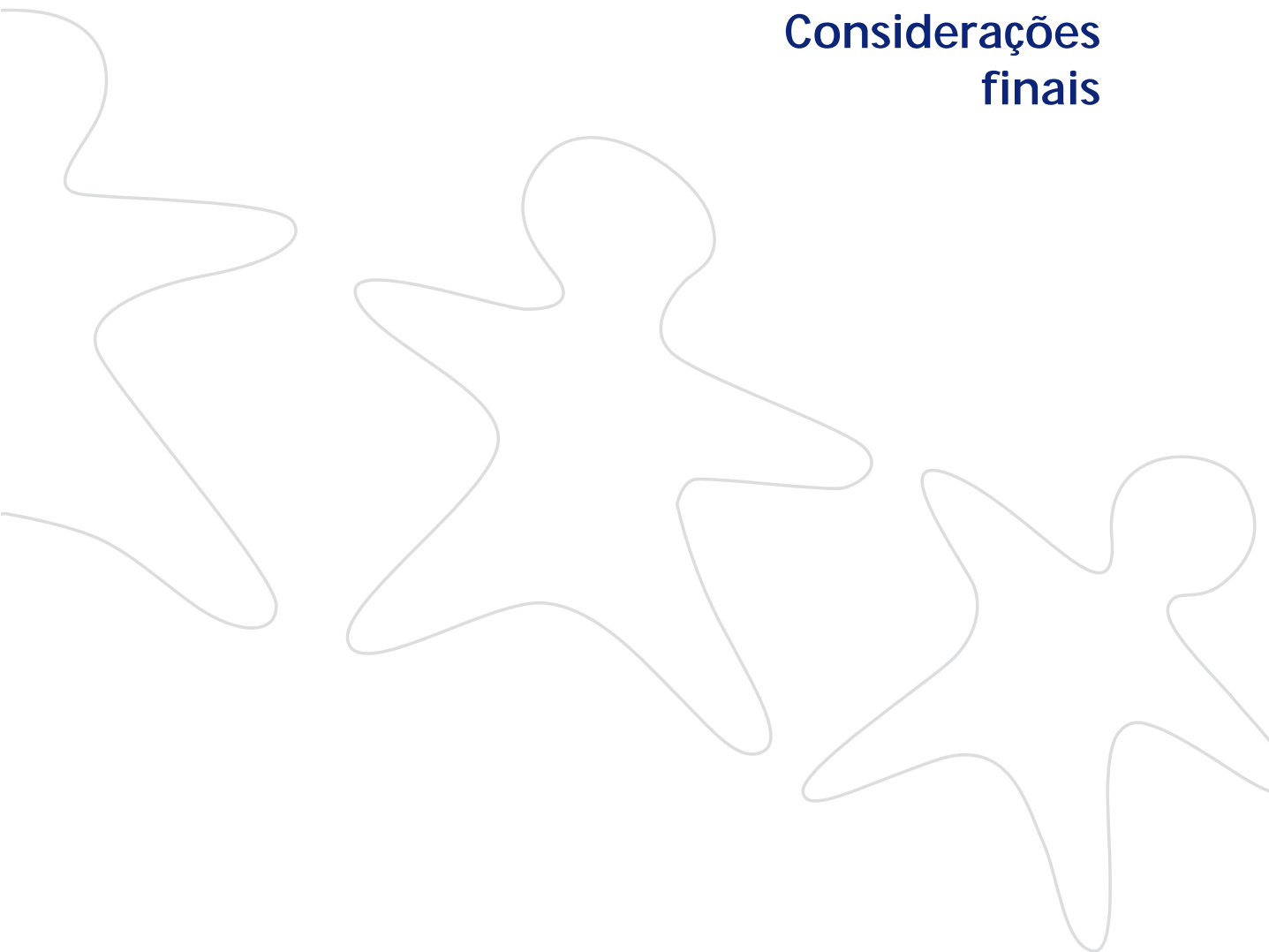
Em termos numéricos, trata-se, seguramente, de mais de 90 mil voluntários corporativos, a contar pela estimativa das empresas em 2007, somada com o voluntariado mobilizado por institutos e fundações. O benefício das ações voluntárias atingiu mais de 800 mil pessoas em 2006 e pelo menos 1.265 instituições favorecidas (nas quais não se registrou o número de atendidos). Numa projeção de quatro beneficiários indiretos para cada pessoa (média de membros de uma família), tem-se um total de quase 3,5 milhões de favorecidos indiretamente pelos voluntários em um ano.

Do ponto de vista qualitativo, metade das empresas estabeleceu coordenação das ações de voluntariado, além de traçar estratégia anual ou bienal. E mais da metade avalia os resultados desse trabalho. Nos institutos e fundações, essa realidade se repete com números melhores: 62% coordenam as atividades voluntárias, traçam estratégia e avaliam as ações.

Como também foi registrada uma tendência de implantação de novos programas e projetos de voluntariado como um todo de 2006 para 2007, o principal desafio a ser superado pelo Grupo +Unidos fica por conta de mais investimento em apoio técnico de especialistas em planejamento, treinamento de mão-de-obra e avaliação minuciosa das ações.

5

Considerações finais



Considerações finais

Este estudo consiste em uma inédita investigação sobre a prática do Investimento Social Privado no Brasil de um grupo de empresas americanas e de seus respectivos institutos e fundações, quando existentes. Como toda primeira avaliação, deparou-se com o desafio de alcançar informações não prontamente disponíveis e de suscitar questões ainda sem resposta, que se espera poder solucionar adiante, seja nas frentes de trabalho que se abrem a partir de agora, seja em estudos futuros.

De partida, é certo que o próprio esforço do levantamento teve o mérito de se converter em aprendizado. A busca de dados e os questionamentos motivaram reflexões nas equipes de responsabilidade corporativa das empresas e mesmo no pensamento coletivo do Grupo.

Como é intrínseco a toda pesquisa, esta investigação guardou limitações ao longo de sua execução. Um exemplo relevante diz respeito à declaração de valores investidos: em função de dinâmicas de mercado nas empresas de capital aberto e da não obrigatoriedade legal de relatarem e publicarem balanços, parte das companhias avaliadas não divulgou os montantes destinados a ações sociais. Isso impediu que se chegasse a um somatório em espécie mais acurado, que favorecesse inclusive uma melhor compreensão do montante total investido pelo Grupo +Unidos. Porém não diminuiu o entusiasmo por seguir adiante com este estudo.

Com relação à área geográfica de atuação, constatou-se que o +Unidos tem a seu favor a cobertura de todo o território nacional, haja vista a distribuição das cerca de 800 ações sociais que operaram ou apoiaram em 2006. Contudo, as empresas, institutos e fundações vislumbram, hoje, a importância de expandir a abrangência das iniciativas, concentradas sobretudo no Sudeste, no entorno das sedes brasileiras. E uma melhor distribuição do investimento social pelo país pode ser impulsionada pela própria capilaridade do Grupo, cujas companhias dispõem de centenas de filiais, em diversos municípios da nação, para se alinhar a estratégias futuras de trabalho conjunto ou individual.

Concretamente, não se pode perder de vista o benefício constante e regular de mais de 6 milhões de brasileiros, além de outros 32 milhões atingidos de maneira menos direta pelas iniciativas de cada empresa em 2006, ano em que o Grupo +Unidos estava iniciando seus trabalhos e, portanto, não promovia projetos conjuntos. Como grupo, o +Unidos se caracteriza por:

- a) heterogeneidade no perfil dos investidores avaliados – companhias de variados portes e diversas áreas, entre alimentícia, automobilística, farmacêutica, química, cosmética, tecnológica e de serviços, entre outras;

- b) diferentes estágios de Investimento Social Privado – algumas empresas são mantenedoras de institutos e fundações, há as que já influenciaram políticas públicas ou desenvolveram tecnologias sociais, mas existem outras que ainda estão por amadurecer conceitos básicos;
- c) dedicação em proporções e volume distintos – existem companhias atuando com mais e outras com menos foco e intensidade.

Ainda que represente um desafio na união de esforços, essa diversidade estrutural pode ser encarada como benéfica. Na verdade, configura-se como uma mola propulsora para o Grupo, uma vez que os diferentes níveis entre os participantes permitem uma profícua troca de saberes e de experiências, bem como a abertura de horizontes para a construção conjunta de melhores práticas (*benchmarking*). Nesse contexto, o Grupo preparou em 2008 uma agenda comum, que engloba iniciativas e tarefas concretas de curto, médio e longo prazos, todas tendo como norte a promoção do desenvolvimento sustentável.

Principais tendências

Os dez pontos mais marcantes sobre o investimento social das empresas estudadas do Grupo +Unidos são os seguintes:

1. Investimento voltado prioritariamente a suprir problemas educacionais, para ampla faixa etária e em todos os níveis de ensino.
2. Importante trabalho na área de saúde, abarcando prevenção e tratamento de doenças, ações educacionais de nutrição e higiene e sobretudo combate ao câncer.
3. Grande número de projetos ligados à preservação de recursos ambientais, com ênfase em atividades de conscientização, reflorestamento e reciclagem.
4. Forte tendência de apoio à juventude, com projetos de formação para o trabalho por meio de cursos profissionalizantes.
5. Promoção do acesso a novas tecnologias, em especial as de informação e de comunicações.
6. Grande contingente de mão-de-obra voluntária, com total próximo a 90 mil pessoas em 2007, bastante voltado para a prática de assistência social.
7. Utilização de mecanismos de incentivo/renúncia fiscal por menos da metade das empresas.

8. Envio de recursos pelas matrizes americanas a 65% das companhias brasileiras com destino a investimento social.
9. Dupla estratégia de investimento por mais de 60% das empresas: aplicação em projetos próprios simultânea ao apoio a projetos de terceiros.
10. Marcante utilização de equipes internas para conceber, monitorar e avaliar ações.

Esses aspectos ajudarão no trabalho futuro do Grupo +Unidos, embora se saiba que é possível valer-se de vários outros achados deste estudo. Algumas questões devem ganhar prioridade do ponto de vista individual e coletivo. E o que se espera é atingir imediatamente certos pontos cruciais da evolução do ISP, como se explica a seguir.

Monitoramento e avaliação

Embora se tenha registrado elevado índice de monitoramento das ações, o Grupo +Unidos reconhece a tarefa de se dedicar ao aspecto qualitativo desta prática. A dificuldade encontrada para se obter um número mais preciso de beneficiários diretos e indiretos ajudou a indicar a necessidade de aperfeiçoamento. A impossibilidade, expressa por algumas companhias, de obter os números de beneficiados junto às entidades apoiadas, indica outra oportunidade: fortalecer a gestão das organizações que recebem investimento das empresas para que consigam refinar seus processos internos, inclusive de prestação de contas, ou mesmo testar e posteriormente estabelecer métricas e parâmetros comuns ao +Unidos, os quais ajudem a conduzir o monitoramento de ações apoiadas.

Ao lado do acompanhamento dos projetos, a avaliação de resultados, registrada em grande número entre as instituições analisadas, é outra frente que deverá ser aperfeiçoada. Uma questão que se apresenta diz respeito a combinar as ferramentas de monitoramento com as de avaliação. Ao detectar falhas durante o processo de implantação (pela via do monitoramento), entende-se que é possível chegar a uma avaliação mais eficaz. Ao mesmo tempo, introduzir critérios na avaliação que permitam levantar pontos fracos do monitoramento deve ajudar a melhorar a etapa anterior, de acompanhamento das atividades. Isto porque os processos do investimento social se retroalimentam e, portanto, podem e devem evoluir simultaneamente.

O redimensionamento da avaliação também tem de considerar o efetivo impacto nas comunidades, por meio, por exemplo, do acompanhamento de indicadores sociais, humanos, ambientais e de desenvolvimento. No mais, é certo que a prática da avaliação contribui para reforçar aspectos de *accountability* e transparência, que precisam, paralelamente, ser reforçados, conferindo legitimidade a projetos e programas.

ODMs e áreas de atuação

Com relação à análise do ISP do Grupo +Unidos segundo os Oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, apurou-se grande número de ações voltadas para objetivos ainda distantes do cumprimento pleno pelo Brasil, em especial no que se refere ao ODM 8 (estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento) e ao ODM 7 (garantir a sustentabilidade ambiental). Paralelamente, também é notável a grande quantidade de esforços em prol da formulação e da execução de estratégias que permitam que os jovens obtenham um trabalho digno e produtivo, da promoção ao acesso a novas tecnologias (em especial às tecnologias de informação) e a medicamentos essenciais e do combate ao HIV/Aids, à malária e a outras doenças – com destaque para o câncer.

Ficou expressa pela análise dos ODMs a possibilidade de implementar mais iniciativas focadas especificamente em:

- erradicação da extrema pobreza (ODM 1);
- promoção da igualdade entre os sexos e autonomia das mulheres (ODM 3);
- redução da mortalidade infantil (ODM 4);
- melhoria da saúde materna (ODM 5).

Quanto ao estudo das ações de 2006 em relação a áreas de atuação, verificaram-se outros tipos de características e de frentes de trabalho. Por um lado, a grande concentração de programas e projetos nas áreas de educação, saúde, meio ambiente e formação para o trabalho permite uma troca de experiências já acumuladas e um intercâmbio de modelos e resultados. De outro, faz pensar de forma estratégica na necessidade de investimento em outras áreas como:

- apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor;
- comunicações;
- cultura e artes;
- desenvolvimento comunitário;
- defesa de direitos;
- esportes;
- geração de trabalho e renda.

Espera-se, porém, que essas oportunidades de atuar em outras frentes ainda não exploradas não resultem na diluição de esforços das empresas e de seus institutos e fundações, em prejuízo do bom andamento ou do aprofundamento de ações e, dessa forma, comprometam o impacto necessário nas comunidades beneficiadas.

Ainda sobre a escolha das áreas de atuação para a prática de Investimento Social Privado, foi possível observar que a realização de pesquisa prévia e detalhada sobre as reais necessidades da comunidade em foco tende a trazer melhores resultados –, não só no desenvolvimento de soluções mais adequadas à realidade dos beneficiários, como nas tendências transformadoras observadas posteriormente.

No que diz respeito à escolha de organizações não-governamentais para receberem apoio ou atuarem como parceiras, há considerável presença de ONGs de origem americana atuantes no Brasil, tais como Care, Habitat for Humanity, Inmed, Jr. Achievement, Safe Kids Worldwide, The Nature Conservancy e United Way. É possível supor que a facilidade de identificação e o conhecimento sobre o trabalho já realizado por essas entidades nas matrizes sejam fatores que colaborem para a preferência do investimento nelas também aqui. Ainda que se observando essa possível tendência, detectou-se, ao mesmo tempo, que mais da metade das empresas estudadas tem total autonomia sobre seu ISP em relação à matriz dos Estados Unidos. O fato é que se abre, assim, mais uma chance de contribuição do Grupo +Unidos para o Terceiro Setor no Brasil: incluir a promoção do intercâmbio de experiências entre tradicionais organizações americanas e brasileiras, a fim de aperfeiçoar práticas e entendimentos de ambas as partes.

Voluntariado

É notável entre os funcionários das companhias do Grupo +Unidos a presença da tradição histórica americana em práticas de voluntariado corporativo. Os índices de adesão relatados estão entre os melhores alcançados por companhias do Brasil segundo pesquisas recentes. As empresas do Grupo costumam incentivar a atitude voluntária dos funcionários, seguindo práticas comuns nos Estados Unidos, como *dollars for doers*, *one-to-one match* e maratonas de voluntariado.

Todavia, entende-se, pelos casos aqui relatados, que existem várias maneiras criativas de aproveitar mais as competências da força voluntária, de forma que os colaboradores extrapolarem as ações do campo da assistência social, em prol das populações em situação de vulnerabilidade, e possam também doar seu tempo e conhecimento para atividades de longo prazo. Um caminho pode ser o de compartilhar *expertise* em áreas de finanças, gestão ou recursos humanos, em comunidades de base, escolas ou mesmo com as entidades de

projetos apoiados. Seguindo a mesma proposta, exemplos bem-sucedidos de grande integração dos voluntários com os projetos operados ou apoiados pela empresa também são ótimos referenciais para as companhias do Grupo que ainda não atentavam para tal opção.

Clusters temáticos

Um terreno fértil que pode ser explorado pelo Grupo +Unidos é o da execução de ações sociais em conjunto, pela qual cada integrante contribua à sua maneira e, assim, se possa potencializar o alcance e/ou a qualidade do projeto. A formação de grupos com interseção de interesses, ou seja, de *clusters* temáticos, nos moldes dos Grupos de Afinidade mantidos pelo GIFE, como os de educação, juventude, desenvolvimento comunitário e cultura, pode ser uma ferramenta proveitosa nesse sentido. A experiência mostra que, por meio desses grupos, investidores que partilham das mesmas áreas de aplicação de recursos têm como trocar informações, atuar em rede e promover a articulação política com vistas a influenciar políticas públicas para alcançar escala.

A propósito, da parte da missão do Grupo +Unidos que expressa o interesse em fortalecer alianças entre os setores público e privado, esta vem sendo cumprida paulatinamente. Foram detectadas parcerias firmadas entre os investidores sociais privados e o poder público, principalmente nas áreas de educação e de saúde. A ampliação dessa frente requer mais iniciativas de estreitamento de laços com instâncias do governo e de estabelecimento de metas, a fim de se atingir mais localidades e beneficiários pelo Brasil afora.

Mesmo com eventuais limitações impostas pela realidade de cada participante, este estudo estabelece um marco, um ponto de partida. Reflexões, planejamentos, ações efetivas, entre as várias práticas para o desenvolvimento do ISP, já inspiram atividades e alavancam o trabalho conjunto. Exemplos já existem: realização do Projeto Floresta Mais Unidos e apoio ao Programa Jovens Embaixadores – sementes plantadas, que, alimentadas pelo espírito de contribuição das 104 empresas participantes do +Unidos, mostram bons frutos e indicam muitos mais para um futuro próximo.

Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODMs)	Empresas, fundações e institutos
1 Erradicar a extrema pobreza e a fome	3M, Bristol-Myers Squibb, Bunge, Cargill, Citi, Coca-Cola, Dow, GE, GM, Goodyear, International Paper, Ketchum, Kraft, Monsanto, Pfizer, Visteon, Fundação Cargill, GE Volunteers, Instituto 3M, Instituto GM
2 Atingir o ensino básico universal	3M, Accenture, AES, Bunge, Cargill, Caterpillar, Chevron, Citi, Cummins, Dow, DuPont, Fedex, Ford, GE, GM, Goodyear, IBM, Intel, International Paper, Johnson & Johnson, Merck Sharp & Dohme, Microsoft, Monsanto, Nalco, Nextel, Pfizer, Rohm and Haas, Visteon, Wal-Mart, Ass. Benef. dos Funcionários da Visteon, Fundação Bunge, Fundação Cargill, GE Volunteers, Instituto Coca-Cola, Instituto GM
3 Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres	3M, Avon, Esso, IBM, Monsanto, Nike, Pfizer, Whirlpool, Instituto Avon, Instituto Consulado da Mulher, Instituto Wal-Mart
4 Reduzir a mortalidade infantil	3M, Bunge, Cisco, Citi, Fedex, GE, IBM, Johnson & Johnson, Kraft, McDonald's, Monsanto, Nextel, Pfizer, Visteon, Wal-Mart, Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon, GE Volunteers, Instituto Ronald McDonald
5 Melhorar a saúde materna	Johnson & Johnson, Kraft, Monsanto, Procter & Gamble, Pfizer
6 Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças	AES, Avon, Baxter, Bristol-Myers Squibb, Bunge, Cargill, Dow, Ford, GE, Goodyear, IBM, International Paper, Johnson & Johnson, McDonald's, Merck Sharp & Dohme, Monsanto, Nalco, Pfizer, Rigesa, Wal-Mart, Fundação Cargill, Fundação Escola de Enfermagem R.W. Johnson, GE Volunteers, Instituto Avon, Instituto Ronald McDonald
7 Garantir a sustentabilidade ambiental	3M, AES, Alcoa, Bunge, Caterpillar, Chevron, Citi, Coca-Cola, Cummins, Dow, DuPont, Esso, Ford, Goodyear, IBM, International Paper, Johnson & Johnson, McDonald's, Merck Sharp & Dohme, Monsanto, Nalco, Nextel, Pfizer, Rigesa, Rohm and Haas, Visteon, Wal-Mart, Instituto 3M, Instituto Coca-Cola, Instituto Ronald McDonald, Instituto Wal-Mart
8 Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento	3M, Accenture, AES, Alcoa, Bunge, Caterpillar, Chevron, Cisco, Citi, Coca-Cola, Cummins, Dow, DuPont, Esso, Fedex, Ford, GE, GM, Goodyear, IBM, Intel, International Paper, Johnson & Johnson, Ketchum, Kodak, Kraft, McDonald's, Merck Sharp & Dohme, Microsoft, Monsanto, Nextel, Nike, Procter & Gamble, Pfizer, Qualcomm, Rigesa, Rohm and Haas, Visteon, Wal-Mart, Whirlpool, Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon, Fundação Bunge, GE Volunteers, Instituto 3M, Instituto Alcoa, Instituto Consulado da Mulher, Instituto GM, Instituto Wal-Mart
Áreas de atuação do ISP	Empresas, fundações e institutos
Apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor	Accenture, Cisco, DuPont, Esso, Fedex, IBM, Microsoft, Pfizer, Wal-Mart, Instituto Avon, Instituto Wal-Mart
Assistência social	Accenture, AES, Alcoa, Bristol-Myers Squibb, Bunge, Cargill, Caterpillar, Chevron, Cisco, Citi, Coca-Cola, Cummins, Dell, Dow, Esso, Fedex, Ford, GE, GM, Goodyear, IBM, International Paper, Johnson & Johnson, Ketchum, Kodak, Kraft, McDonald's, Merck Sharp & Dohme, Microsoft, Monsanto, Nalco, Nextel, Procter & Gamble, Pfizer, Rigesa, Visteon, Wal-Mart, Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon, GE Volunteers, Instituto Alcoa, Instituto GM
Comunicações	AES, Baxter, Bristol-Myers Squibb, Caterpillar, Cisco, DuPont, IBM, Ketchum, Merck Sharp & Dohme, Microsoft, Rigesa, Whirlpool, Instituto Avon, Instituto Consulado da Mulher
Cultura e artes	3M, AES, Avon, Bunge, Cargill, Caterpillar, Chevron, Citi, Coca-Cola, Cummins, Esso, GE, IBM, International Paper, Kraft, Monsanto, Nextel, Visteon, Wal-Mart, Fundação Bunge, Fundação Cargill, GE Volunteers
Defesa de direitos	3M, AES, Alcoa, Avon, Caterpillar, Chevron, Coca-Cola, DuPont, Esso, Fedex, IBM, International Paper, Johnson & Johnson, Merck Sharp & Dohme, Microsoft, Monsanto, Nike, Pfizer, Rigesa, Visteon, Wal-Mart, Whirlpool, Fundação Bunge, Instituto Avon, Instituto Consulado da Mulher, Instituto Wal-Mart
Desenvolvimento comunitário	AES, Alcoa, Caterpillar, Citi, Dow, Ford, Kraft, McDonald's, Monsanto, Nextel
Educação	3M, Accenture, AES, Alcoa, Baxter, Bunge, Cargill, Caterpillar, Chevron, Cisco, Citi, Coca-Cola, Cummins, Dell, Dow, DuPont, Esso, Fedex, Ford, GE, GM, Goodyear, IBM, Intel, International Paper, Johnson & Johnson, Kodak, Kraft, Merck Sharp & Dohme, Microsoft, Monsanto, Nalco, Nextel, Nike, Procter & Gamble, Pfizer, Qualcomm, Rigesa, Rohm and Haas, Visteon, Wal-Mart, Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon, Fundação Bunge, Fundação Cargill, Fundação Escola de Enfermagem R.W. Johnson, GE Volunteers, Instituto 3M, Instituto Alcoa, Instituto Coca-Cola, Instituto GM, Instituto Wal-Mart
Esportes	Bunge, Coca-Cola, Cummins, Dow, Esso, Fedex, Goodyear, McDonald's, Monsanto, Nextel, Nike
Formação para o trabalho	3M, Accenture, AES, Alcoa, Bristol-Myers Squibb, Bunge, Cisco, Citi, Coca-Cola, Dell, Dow, DuPont, Esso, Ford, GE, Intel, International Paper, Johnson & Johnson, Kraft, Merck Sharp & Dohme, Microsoft, Monsanto, Procter & Gamble, Pfizer, Rigesa, Rohm and Haas, Visteon, Wal-Mart, Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon, Fundação Escola de Enfermagem R.W. Johnson, GE Volunteers, Instituto GM, Instituto Wal-Mart
Geração de trabalho e renda	AES, Alcoa, Bunge, Citi, Coca-Cola, Dow, DuPont, Goodyear, Johnson & Johnson, Kraft, Merck Sharp & Dohme, Monsanto, Procter & Gamble, Pfizer, Rigesa, Wal-Mart, Whirlpool, Instituto Coca-Cola, Instituto Consulado da Mulher, Instituto Wal-Mart
Meio ambiente	3M, AES, Alcoa, Bunge, Caterpillar, Chevron, Citi, Coca-Cola, Cummins, Dell, Dow, DuPont, Esso, Ford, Goodyear, IBM, International Paper, Johnson & Johnson, Merck Sharp & Dohme, McDonald's, Merck Sharp & Dohme, Nalco, Nextel, Pfizer, Rigesa, Rohm and Haas, Visteon, Wal-Mart, Fundação Bunge, Instituto 3M, Instituto Coca-Cola, Instituto Wal-Mart
Saúde	3M, AES, Alcoa, Avon, Baxter, Bristol-Myers Squibb, Cargill, Caterpillar, Cisco, Coca-Cola, Cummins, Dow, Esso, Fedex, Ford, GE, GM, Goodyear, IBM, Intel, International Paper, Johnson & Johnson, Kodak, Kraft, McDonald's, Merck Sharp & Dohme, Microsoft, Monsanto, Nalco, Nike, Procter & Gamble, Pfizer, Rigesa, Visteon, Wal-Mart, Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon, Fundação Bunge, Fundação Cargill, Fundação Escola de Enfermagem R.W. Johnson, GE Volunteers, Instituto 3M, Instituto Alcoa, Instituto Avon, Instituto GM, Instituto Ronald McDonald, Instituto Wal-Mart

* Os dados referem-se às 564 ações do ano de 2006. Nos campos de áreas de atuação também foram incluídas as 201 iniciativas de voluntariado.

6

**Fichas técnicas de
empresas, institutos
e fundações**





3M do Brasil

Fundação nos EUA: 1902

Matriz: Saint Paul, Minnesota Sumaré, São Paulo, Brasil

Perfil: subsidiária do Grupo 3M Company, uma empresa de tecnologia diversificada, presente em mais de 60 países, que cria soluções inovadoras em produtos e serviços. No Brasil, atua em mais de 40 segmentos de mercado, comercializando mais de mil produtos nas seguintes frentes de negócio: consumo e escritório; display e comunicação gráfica; elétricos e comunicações; cuidados com a saúde; industrial e de transportes; e de produtos e serviços para proteção, segurança e limpeza.

Missão: crescer ajudando nossos clientes a vencer.

Funcionários: 67 mil no mundo e 3.285 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1946

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: cultura e artes, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: criação do Instituto 3M de Inovação Social; manutenção da Escola de Funilaria 3M, na instituição Cidade dos Meninos, que capacita adolescentes em situação de risco em pintura e funilaria; contribuição em dinheiro e produtos e participação de funcionários voluntários em vários projetos, com destaque para o Centro Infantil Boldrini, centro de referência no tratamento de câncer infantil; investimento no projeto de capacitação profissional de jovens mães, de baixa renda, realizado pela ONG Grupo Primavera.

Outras ações em 2006: promoção da integração no mercado de trabalho de pessoas portadoras de deficiências múltiplas e síndromes genéticas entre Apaes e a APM Egydio Pedreschi; contribuição financeira para o reflorestamento da mata ciliar de Sumaré (SP), executado pela ONG Sociedade Humana Despertar; patrocínio de salas de informática, uniformes, brinquedos e programas de recreação nos núcleos dos Centros de Referência de Assistência Social (Crass) que implementam o Peti (Programa de Erradicação de Trabalho Infantil); apresentação do coral de voluntários em hospitais e festas de comunidades.

Destques do Investimento Social Privado em 2007: apoio a projetos mais focados na possibilidade de promover a transformação social, desenvolvimento dos mesmos dentro da empresa e implementação pelo Instituto 3M de Inovação Social (projetos de nutrição e meio ambiente, além quatro novos projetos sociais envolvendo voluntariado); recursos para o Projeto de Restauro Florestal "Floresta Mais Unidos", iniciativa da Embaixada Americana.

Responsável: Carmella Carvalho – Departamento de Responsabilidade Social

Tel.: (19) 3838-7335 **e-mail:** cbcarvalho1@mmm.com **site:** www.3m.com/intl/br

Instituto 3M de Inovação Social

Fundação no Brasil: 2006



Perfil: principal Investimento Social Privado da 3M do Brasil, visa promover a tecnologia social – metodologia de transformação social aplicada ao cotidiano da população, gerando soluções simples e replicáveis para a inclusão social e a melhoria de suas condições de vida. O Instituto concentra as ações sociais da empresa, busca aproveitar a experiência da 3M na criação de tecnologias para promover o desenvolvimento social das comunidades onde a companhia atua e também incentiva o engajamento de funcionários, fornecedores e clientes.

Missão: descobrir e aplicar inovações sociais que promovam o desenvolvimento social, especialmente em comunidades onde a 3M do Brasil atua, gerando conhecimento por meio da formação de redes de relacionamento entre públicos focados: estudantes, jornalistas e funcionários 3M, em nível global.

Funcionários: um fixo e 59 cedidos pela mantenedora

Áreas de atuação do Investimento Social Privado: educação, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: realização do Prêmio 3M de Jornalismo e do Prêmio 3M para Estudantes Universitários, para estimular a produção de reportagens e de trabalhos acadêmicos voltados à solução de questões sociais; início da formação do banco de tecnologias sociais, com catalogação de mais de 2 mil projetos; educação ambiental em escolas públicas e particulares (incentivo à reciclagem, estudos de conservação da água, ar e solo, observação em campo de elementos poluidores), além de promoção de cuidados com a saúde e prevenção às drogas; descoberta e implementação de duas tecnologias sociais, uma no combate à fome e a outra relacionada à proteção ambiental.

Outras ações em 2006: incentivo à adesão ao voluntariado na promoção de campanhas de Natal, com coleta de roupas, calçados e brinquedos e promoção de festa por funcionários a crianças de mais de 15 entidades; contribuição financeira mensal para programas de entidades sociais realizada pelos gestores do Instituto que administram voluntariamente um fundo de investimento social; formação de banco de doadores de células-tronco com mais de 400 funcionários voluntários, em parceria com o Serviço de Transplante de Medula Óssea do Hospital das Clínicas da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: emprego de massa alimentar de alto teor nutritivo e baixo custo, assada em formato de cumбуca, para servir sopa na Casa da Cidadania, da Cidade de Campinas (SP), que alimenta moradores de rua, e para fazer biscoitos da merenda escolar de crianças do Cras (Centro Regional de Assistência Social) de Matão (SP); incentivo à doação de óleo de cozinha usado por estudantes da rede municipal de ensino e replicação para a comunidade, com transformação do resíduo em biocombustível pelo Laboratório de Tecnologias Limpas da USP de Ribeirão Preto (SP).

Outras ações em 2007: segunda edição do Prêmio 3M de Jornalismo e do Prêmio 3M para Estudantes Universitários; realização da Corrida 3M + Vida, com arrecadação revertida ao Centro Infantil Boldrini; continuidade das contribuições a creches e asilos promovidas por funcionários voluntários; implantação de dois novos programas de voluntariado (Sábado Solidário e Corrida da Solidariedade), com arrecadação de alimentos destinada a entidades sociais.

Responsável: Carmella Carvalho – Departamento de Responsabilidade Social

Tel.: (19) 3838-7335 **e-mail:** cbcarvalho1@mmm.com **site:** www.3m.com/intl/br/instituto3m

Accenture

Fundação nos EUA: 1989

Matriz: Chicago, Illinois São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: companhia global de consultoria de gestão, serviços de tecnologia e *outsourcing*. Combinando experiência ímpar, conhecimento profundo sobre todos os setores econômicos e funções de negócio e extensa pesquisa junto às mais bem-sucedidas organizações no mundo, a Accenture colabora com seus clientes, quer sejam empresas ou governos, para ajudá-los a alcançar altos níveis de performance. Fundada como Andersen Consulting (no Brasil em 1983), está presente em 49 países e conta com mais de 180 mil profissionais.

Visão: ser uma empresa líder mundial, contribuindo com inovações que irão melhorar a forma como o mundo vive e trabalha.

Funcionários: 180 mil no mundo e 7.500 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1983

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, assistência social, educação, formação para o trabalho.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: consultoria pro bono para instituições focadas na geração de trabalho e renda para aprimorar seus processos de gestão: estruturação da área de projetos da ONG VivaRio; melhoria na captação de recursos e manutenção de parceiros da Cidade Escola Aprendiz; auxílio na gestão de projeto do Instituto Fernand Braudel de Economia Mundial.

Outras ações em 2006: doação financeira aos programas Acelera e Se Liga, do Instituto Ayrton Senna; doação em dinheiro, computadores e móveis ao CDI; palestras de voluntários a jovens de escolas públicas sobre a importância da escola e visita dos alunos à empresa para vivenciar a rotina de executivos, sob coordenação da ONG Jr. Achievement; patrocínio a projeto de geração de trabalho e renda de uma comunidade em Paraty (RJ) conduzido pela ONG Artesol; arrecadações de roupas, agasalhos e brinquedos entre voluntários e doação a entidades.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: foco em consultoria pro bono voltada a organizações de geração de trabalho e renda e alinhamento do investimento local com o investimento global proveniente da Accenture Foundation (EUA), resultando na estruturação da *joint venture* social Conexão, parceria entre as ONGs Rede Cidadã e CDI, em prol da qualificação e inclusão de jovens no mercado; aumento de seis meses para três anos no tempo da consultoria pro bono em projetos, permitindo mais acompanhamento.

Outras ações em 2007: realização da Semana Nacional do Voluntariado – Semana A+, maratona com dezenas de ações comunitárias das quais 3.375 funcionários participaram.

Responsável: Eloá Marques – Programa de Sustentabilidade Corporativa

Tel.: (21) 4501-9026 **e-mail:** eloa.l.marques@accenture.com **site:** www.accenture.com.br

Grupo AES

Fundação nos EUA: 1981

Matriz: Arlington, Virginia São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: a AES Corp. S.A. é uma das maiores empresas de energia do mundo, com operações em 29 países, nos cinco continentes, e instalações de geração e distribuição de energia com capacidade de atendimento a 100 milhões de pessoas. No Brasil, o Grupo AES é formado pelas distribuidoras AES Eletropaulo (a maior da América Latina) e AES Sul, as geradoras AES Tietê e AES Uruguaiana, a comercializadora de energia elétrica AES Infoenergy, além das empresas de telecomunicação AES Eletropaulo Telecom e AES Com Rio de Janeiro.

Funcionários: 28 mil no mundo e 6 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1997

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, comunicações, cultura e artes, defesa de direitos, desenvolvimento comunitário, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente e saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: reforma de instalações elétricas de residências, orientação sobre uso seguro e racional de energia elétrica, doação de geladeiras e lâmpadas eficientes e abertura de posto comunitário para atendimento ao cliente; eventos na comunidade com prestação de serviços gratuitos, shows e eventos culturais em bairros e escolas; manutenção e gestão de duas creches; educação em artes circenses a jovens de baixa renda; formação de professores da rede pública em uso consciente de energia e concurso de desenho e redação para alunos; patrocínio de salas de leitura em comunidades, centros culturais e empresas, além de uma biblioteca no metrô em São Paulo; patrocínio a livros de meio ambiente e história e publicações em braile para deficientes visuais; patrocínio a eventos musicais (Osesp; Mozarteum Brasileiro; sinfônicas ao ar livre; shows gratuitos de artistas brasileiros).

Outras ações em 2006: doações aos Conselhos Municipais da Criança e do Adolescente; campanhas de Páscoa, Agasalho e Natal, promovidas por funcionários voluntários, com doações a entidades que cuidam de crianças e idosos; reciclagem do lixo da empresa com reversão da verba para associações, creches, lares, igrejas; apoio a campanhas de instituições sem fins lucrativos em prol do meio ambiente e da saúde com divulgação em contas de luz (da ONG ambientalista WWF-Brasil, de Hospitais da Irmandade da Santa Casa de Misericórdia de São Paulo e do Hospital Santa Marcelina em São Paulo); apoio ao Projeto Pomar, do governo do estado, para recuperação da mata ciliar nas margens do rio Pinheiros em São Paulo (SP).

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: reformulação da política de investimento em projetos sociais, com direcionamento de recursos a projetos de grande impacto e transformação nas comunidades e com o fim das ações de patrocínio a projetos de terceiros, como shows e livros; reformulação do projeto Circo das Artes (artes circenses a jovens de baixa renda), que passou a se chamar Casa de Cultura e Cidadania e oferece cursos de arte, educação para a cidadania e orientações sobre o uso seguro e consciente de energia a crianças e adolescentes de baixa renda, além de cursos profissionalizantes para adultos da comunidade local; regularização de ligações elétricas em comunidades de baixa renda e orientação sobre o consumo seguro e consciente de energia elétrica; recursos para o Projeto de Restauo Florestal "Floresta Mais Unidos", iniciativa da Embaixada Americana.

Responsável: Patrícia Vasconcelos – Departamento de Comunicação e Responsabilidade Social

Tel.: (11) 2195-2572 **e-mail:** patricia.vasconcelos@aes.com **site:** www.aes.com

* Compuseram este estudo apenas as ações sociais da empresa AES Eletropaulo, uma vez que melhor refletiam a política de investimento social do Grupo AES em 2006. Com o nome oficial de Eletropaulo Metropolitana Eletricidade de São Paulo S.A., a AES Eletropaulo emprega 4.316 dos cerca de 6 mil funcionários do Grupo AES no Brasil.

Alcoa Alumínio S.A.

Fundação nos EUA: 1888

Matriz: Pittsburgh, Pensilvânia São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: há 43 anos no Brasil, a Alcoa Alumínio S.A. é subsidiária da Alcoa Inc., líder mundial na produção e transformação do alumínio, que atua nos mercados aeroespacial, automotivo, embalagens, construção, transportes comerciais e no mercado industrial. Além dos produtos e componentes de alumínio, que incluem laminados, extrudados e forjados, a Alcoa também comercializa rodas, sistemas de fixação, fundidos de superligas e de precisão, estruturas e sistemas para construções. Na América Latina e Caribe, a Alcoa conta com mais de 7 mil funcionários e opera em seis estados brasileiros – Pernambuco, Minas Gerais, Maranhão, Pará, São Paulo e Santa Catarina –, incluindo uma nova mina de bauxita, que está sendo instalada em Juruti (PA). Possui operações também na Jamaica, Suriname e Trinidad e Tobago. Além das usinas de Barra Grande e Machadinho, a Alcoa tem participação nos consórcios das hidrelétricas em construção de Estreito, na divisa do Tocantins e Maranhão; e Serra do Facão, entre os estados de Goiás e Minas Gerais.

Funcionários: 97 mil no mundo e 6.492 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1965

Áreas de atuação de Investimento Social Privado em 2006: assistência social, defesa de direitos, desenvolvimento comunitário, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio ao projeto navio-escola flutuante do Senai-AM com capacitação profissional para a comunidade em Juruti (PA); curso técnico para agricultores no cultivo da mandioca em Juruti (PA); conversão do Estaleiro-Escola em São Luís (MA) em Centro Vocacional Tecnológico para formar artesãos que produzem embarcações; educação de trânsito, doação de radar, construção de ciclovia e melhorias em engenharia de tráfego na BR-135, próximo a São Luís (MA); manutenção de reservas e centros de pesquisas (Parque Ambiental Alumar e Centro de Pesquisas Ambientais); investimento no hospital de Estreito (MA), capacitação de agentes de saúde e benefícios à comunidade indígena; apoio a famílias produtoras de leite em Campo Belo do Sul (SC); patrocínio do I Ciclo Diálogos Sustentáveis, realizado pelo Funbio (Fundo Brasileiro para a Biodiversidade); realização do 5º Prêmio Alcoa de Inovação em Alumínio, para universitários da área; apoio financeiro ao Cepema (Centro de Pesquisas de Meio Ambiente) da USP, em Cubatão (SP); plantação, por funcionários voluntários, de cerca de 112 mil mudas de árvores.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: consolidação da Agenda Positiva em Juruti (PA), com definição de ações prioritárias nas áreas de educação, saúde e infra-estrutura, executadas conjuntamente com a prefeitura, em prol do desenvolvimento local.

Responsável: Claudio Vilaça – Departamento de Relações Institucionais

Tel.: (11) 5509-0345 **e-mail:** claudio.vilaca@alcoa.com.br **site:** www.alcoa.com.br



Instituto Alcoa

Fundação no Brasil: 1990

Perfil: organização sem fins lucrativos, políticos e religiosos, que monitora e norteia o desenvolvimento das relações comunitárias onde a Alcoa está presente, disseminando seus valores no Brasil. Além do financiamento de projetos comunitários com recursos próprios, o Instituto centraliza o recebimento dos aportes financeiros da Alcoa Foundation e realiza o repasse de recursos às entidades sociais onde funcionários da empresa desenvolvem trabalhos voluntários, como creches, asilos, associações, escolas públicas, hospitais, entre outros.

Missão: melhorar a qualidade de vida das comunidades onde a Alcoa Alumínio e suas subsidiárias operam, por meio da aplicação de recursos na realização de atividades, predominantemente nas áreas de educação, saúde, meio ambiente e bem-estar social.

Funcionários: três cedidos pela mantenedora

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, educação, saúde.

ODM em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro do Instituto Alcoa e da Alcoa Foundation (EUA) a 118 projetos comunitários idealizados por funcionários, com participação dos mesmos e parceria com empresas, órgãos governamentais ou instituições; repasse de doações da Alcoa Foundation a mais de 590 instituições onde cerca de 4 mil funcionários cumpriram no ano 50 horas de trabalho voluntário cada um; doações em dinheiro pelo Instituto a 62 instituições sociais nas quais cerca de cem estagiários da empresa cumpriram no ano 40 horas de trabalho voluntário cada um; repasse de doação da Alcoa Foundation a cada uma das 36 entidades, onde no mínimo dez funcionários e seus familiares fizeram atividades voluntárias em um sábado ou domingo; promoção, em outubro, do Mês Mundial de Serviços Comunitários, com participação de funcionários em atividades voluntárias, sob o tema conservação e sustentabilidade.

Destques do Investimento Social Privado de 2007: continuidade do apoio e desenvolvimento de 115 projetos comunitários, apoio aos programas de voluntariado, com participação recorde de mais de 4 mil pessoas, entre funcionários e estagiários, em benefício de cerca de 600 instituições sociais brasileiras; aumento do engajamento de funcionários e lideranças nas ações do Mês Mundial de Serviços Comunitários; continuidade, em diferentes locais, de ações comunitárias nas quais, no mínimo, dez funcionários e seus familiares realizam atividades voluntárias em um sábado ou domingo.

Responsável: Suzana Sheffield – Instituto Alcoa

Tel.: (11) 5509-0350 **e-mail:** institutoalcoa@alcoa.com.br **site:** www.alcoa.com.br

Avon Cosméticos Ltda.**Fundação nos EUA:** 1886**Matriz:** Nova York, Nova York São Paulo, São Paulo, Brasil

AVON

Perfil: produtora de cosméticos e líder mundial em venda direta, situa-se entre as primeiras empresas no *ranking* mundial deste segmento. Atua em mais de cem mercados e conta com mais de 5 milhões de revendedoras autônomas, 1 milhão delas só no Brasil. Produz perfumes, maquiagem, cremes, loções, produtos para o cabelo, pele e cuidados diários, entre outros itens.

Missão: ser líder global em beleza, ser a marca de escolha das mulheres, ser líder em vendas diretas, ser o melhor lugar para se trabalhar, ser a melhor Fundação para as mulheres, ser a empresa mais admirada.

Funcionários: mais de 40 mil no mundo e número não informado no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1958

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: cultura e artes, defesa de direitos, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: direcionamento de recursos provenientes da venda de produtos ao Instituto Avon para financiamento de projetos em todo o país, com foco em prevenção e diagnóstico precoce de câncer de mama; realização do Programa Viva o Vale!: Programa de Desenvolvimento Sociocultural do Vale do Jequitinhonha, com patrocínio a projetos culturais que contribuam para a formação de uma rede de preservação dos saberes e tradições do Vale.

Outras ações em 2006: participação de gerentes da Avon na coordenação e apoio a revendedoras autônomas dos produtos Avon durante o Dia do Beijo Pela Vida, organizado pelo Instituto Avon, em que elas se mobilizam em prol da prevenção de câncer de mama em vários eventos pelo país (caminhadas, distribuição de informativos, promoção de exame clínico em parceria com mastologistas).

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: lançamento do Fundo Viva o Amanhã (revendedoras indicam projetos que promovam o desenvolvimento da localidade onde vivem; o projeto recebe recursos da Avon, e a revendedora, troféu e diploma como agente de vida da comunidade) e do Prêmio Avon Cultura de Vida (apoio financeiro por meio de lei de incentivo a vários projetos culturais do país que promovam a troca de saberes e desenvolvimento local); crescimento da mobilização de revendedoras autônomas da Avon nos eventos Dia do Beijo pela Vida, que propagam a prevenção de câncer de mama; criação do Avon Diversidade, que capacita portadores de deficiência para o mercado de trabalho – ao final do curso há absorção na empresa, conforme vagas disponíveis.

Responsável: Cida Medeiros – Departamento de Comunicação Institucional

Tel.: (11) 5546-7459 **e-mail:** cida.medeiros@avon.com **site:** www.br.avon.com

Instituto Avon

Fundação no Brasil: 2003



Perfil: principal braço do investimento social da Avon, o Instituto tem como missão promover a saúde e o bem-estar da mulher. Seu trabalho se dá em três frentes complementares: a campanha Um Beijo pela Vida, que apóia financeiramente projetos relacionados à prevenção e detecção precoce de câncer de mama; a campanha Fale sem Medo, pela não-violência doméstica contra a mulher, e o Programa Saúde Integral da Mulher, que visa à influência nas políticas públicas voltadas para o aprimoramento dos serviços públicos para a saúde da mulher, por meio da promoção de *workshops* que conectam os vários ativos de um município em prol desse objetivo. Os projetos da campanha Um Beijo pela Vida são apoiados com parte do lucro da empresa – 7% do valor de venda de produtos incluídos na campanha, vendidos nos folhetos Avon. A Avon também destina um *budget* anual para o funcionamento do Instituto. O contingente de mais de 1 milhão de revendedoras autônomas da Avon atua voluntariamente como disseminador e multiplicador da causa, além de ser agente de arrecadação.

Missão: promover a saúde e o bem-estar da mulher, por meio da mobilização da sociedade.

Funcionários: um fixo e quatro cedidos pela mantenedora

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, comunicações, defesa de direitos e saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro a 17 projetos que promovem prevenção e diagnóstico precoce de câncer de mama; continuidade da campanha Um Beijo pela Vida (conscientização sobre o diagnóstico precoce de câncer de mama, com difusão em folhetos e venda de camisetas com receita revertida a projetos apoiados); distribuição a mulheres de classes C e D de várias cartilhas educativas sobre cidadania e saúde; patrocínio a campanha sobre violência contra a mulher produzida pelo Instituto Patrícia Galvão; promoção de oficinas de formação de gestores de saúde e criação de plano integral de saúde da mulher enviado a prefeituras da Grande São Paulo; participação no PAL (Programa de Articulação de Lideranças para Prevenção e Detecção Precoce de Câncer de Mama), que busca criar redes de combate à doença.

Outras ações em 2006: participação do Instituto como sócio-fundador da Femama (Federação Brasileira de Instituições Filantrópicas de Apoio à Saúde da Mama); oferta a médicos de curso de detecção precoce de câncer de mama; realização do Dia do Compromisso, com eventos promovidos por revendedoras em prol da detecção precoce de câncer de mama; montagem de tenda médica para exame clínico de mamas no Festival de Cinema do Ceará (Cine Ceará), apoiado pela Avon, e durante a Ação Global, promovida pela TV Globo e o Sesi; realização de oficinas de saúde para mulheres em Araçuaí (MG), no Festival de Cultura Popular do Vale do Jequitinhonha (Festivale), apoiado pela Avon.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: início de apoio financeiro a 12 projetos voltados à detecção precoce de câncer de mama; consolidação do evento Dia do Beijo pela Vida, coordenado pelo Instituto, com participação de revendedoras Avon que disseminam a prevenção ao câncer de mama; publicação de referência que compila o trabalho do PAL (Programa de Articulação de Lideranças para Prevenção e Detecção Precoce de Câncer de Mama); parceria com o órgão governamental Inca (Instituto Nacional de Câncer) para criação de selo de qualidade para mamografias no país; surgimento de plano de ação e fortalecimento de lideranças participantes do piloto do programa Saúde Integral da Mulher, que promove a articulação intersetorial e intermunicipal em prol da saúde da mulher.

Responsável: Miriam Scavone – Coordenadoria de Comunicação

Tel.: (11) 5546-7573 **e-mail:** miriam.scavone@avon.com **site:** www.institutoavon.org.br

Baxter Hospitalar Ltda.**Fundação nos EUA:** 1931**Matriz:** Deerfield, Illinois Osasco, São Paulo, Brasil**Baxter**

Perfil: empresa da área de saúde, que desenvolve produtos de biotecnologia, terapias especializadas e equipamentos médicos para hemofilia, doenças renais e outras condições médicas agudas e crônicas. Presente em mais de cem países, mantém unidades produtivas em 26 deles. Foi a primeira empresa a desenvolver um sistema de coleta de sangue em bolsas plásticas flexíveis e a produzir fator de coagulação para hemofilia – inclusive por engenharia genética. Foi pioneira também na fabricação de soluções intravenosas (IV), como soro fisiológico, e a desenvolver uma embalagem para acondicioná-los, o sistema fechado, que reduz o risco de contaminação. Dos laboratórios da Baxter saíram, ainda, o primeiro rim artificial e um sistema portátil e domiciliar de diálise.

Missão: somos uma empresa global e diversificada do segmento de saúde, que emprega ciência inovadora para desenvolver terapias especializadas e produtos médicos que salvam e prolongam a vida dos pacientes.

Funcionários: 46.500 no mundo e 940 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1960

Temas do Investimento Social Privado em 2006: comunicações, educação, saúde.

ODM em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro a associações de portadores de hemofilia e doenças renais; doação de medicamentos; criação, patrocínio e distribuição de material educativo (livro *Criando uma criança com hemofilia na América Latina*, jornal trimestral *HemoNews* e baralho *HemoAção*). O corpo de voluntariado atuou em campanhas de doação de agasalhos, brinquedos, livros, material escolar; também realizou pintura e decoração de sala de brinquedo e estudo no Orfanato Casa Lar Um Sonho de Criança.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: “Cidadania Baxter: Eu Faço Parte!”, dia em que funcionários limpavam ruas e distribuíram material educativo de estímulo à coleta seletiva e reciclagem; construção de horta no Orfanato Casa Lar um Sonho de Criança, para melhorar a alimentação das crianças, bem como passar conceitos de cidadania e uso adequado de recursos; e pintura de salas e brinquedoteca da Fundação Julita, que beneficia sobretudo crianças, adolescentes e jovens. Além disso, quatro novos projetos, selecionados com mais critério e foco, obtiveram recursos da Baxter International Foundation (EUA), braço filantrópico da Baxter International.

Responsável: Simone Tcherniakovsky – Departamento de Comunicação

Tel.: (11) 5694-8472 **e-mail:** simone_tcherniakovsky@baxter.com **site:** www.latinamerica.baxter.com/brasil

Bristol-Myers Squibb Farmacêutica Ltda.

Fundação nos EUA: 1887

Matriz: Nova York, Nova York São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: laboratório farmacêutico presente em mais de 60 países, com institutos de pesquisa em três deles. A empresa é uma fusão da centenária Bristol-Myers com o Laboratório Squibb. Produz medicamentos em várias áreas terapêuticas, como oncologia, HIV, arteriosclerose, artrite reumatóide, diabetes, saúde mental, obesidade, transplantes, Alzheimer e hepatites.

Missão: prolongar e melhorar a vida humana, fornecendo produtos biofarmacêuticos da mais alta qualidade.

Funcionários: 41 mil no mundo e 800 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1944

Principais temas de Investimento Social Privado em 2006: assistência social, comunicações, formação para o trabalho, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro a entidades que desenvolvem ações de conscientização da população sobre doenças como hepatites virais, Aids, câncer, doenças mentais e artrite reumatóide, por meio de manuais, sites e palestras educativas; realização do Prêmio de Incentivo à Prevenção e ao Tratamento do HIV/Aids (reconhece ONGs que trabalham com prevenção ao HIV) e da terceira edição do Passeio Pela Vida (evento para conscientizar a todos sobre a importância de prevenir e lutar contra formas agressivas de câncer).

Outras ações: contribuição para as iniciativas sociais do Lalec (Lar Amor, Luz e Esperança da Criança HIV+) e da ONG Gotas de Flor com Amor, ambas organizações de São Paulo que cuidam de crianças.

Destques do Investimento Social Privado em 2007: não informados.

Responsável: Karen Watanabe – Departamento de Assuntos Corporativos

Tel.: (11) 3882-2208 **e-mail:** karen.watanabe@bms.com **site:** www.bristol.com.br

Bunge Brasil**Fundação:** 1818**Matriz:** White Plains, Nova York São Paulo, São Paulo, Brasil

Perfil: fundada originalmente em Amsterdã, em 1818, sob o nome Bunge&Co., é uma das principais empresas do agronegócio e de alimentos do país. Situa-se entre as líderes em aquisição de grãos e processamento de soja e trigo, em produção de fertilizantes e ingredientes para nutrição animal, em fabricação de produtos alimentícios e em serviços portuários. No Brasil, as três empresas do grupo – Bunge Fertilizantes S/A, Bunge Alimentos S/A e Fertimport S/A – atuam de forma integrada em toda a cadeia produtiva, com presença em 16 estados.

Funcionários: 25 mil no mundo e 8.900 no Brasil**Início das atividades no Brasil:** 1905**Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006:** assistência social, cultura e artes, educação, esportes, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente.**ODMs em que investiu em 2006:**

Principais ações em 2006: atividades educativas de meio ambiente para alunos e professores do ensino fundamental na Reserva Figueira Branca, nos CDALs (Centros de Divulgação Ambiental e Lazer) e no Centro de Educação Ambiental de Araxá; projeto em que estudantes trocam resíduos recicláveis por livros e CDs educativos; recuperação de matas ciliares da Bacia do Vale de Itajaí; capacitação de agricultores em legislação ambiental e na conservação da biodiversidade do Cerrado; promoção do Primeiro Workshop de Sustentabilidade, sobre a conservação da Amazônia; obras de infra-estrutura (construção em Araxá de sede do Ministério Público, cadeia pública e complexo viário Max Neuman).

Outras ações em 2006: reforço escolar a crianças e adolescentes; doação ao Fundo para a Infância e Adolescência; patrocínios incentivados ao Balé da Cidade de Santos no Festival Mundial de Dança, em Nova York, e a livro sobre colheitas, de caráter histórico e cultural; apoios a escolinha de futebol, para crianças e adolescentes, dirigida por funcionários, a programa de ginástica para terceira idade, ao Projeto Pomar (programa governamental de recuperação das margens do rio Pinheiros, em São Paulo, SP), e ao Instituto Triângulo, que coleta em domicílio óleo vegetal usado em frituras e o destina à reciclagem.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: expansão das ações de proteção ao Cerrado, por meio de parceria com as ONGs Conservação Internacional e Oréades (260 mil hectares abrangidos); criação, com as mesmas organizações, da Aliança BioCerrado, com o fim de promover a conservação da biodiversidade na região; parceria com Ministério de Meio Ambiente para educação ambiental de produtores; monitoramento de pacto para erradicação de trabalho degradante na cadeia de suprimentos agrícolas; parceria com ONG na reciclagem de óleo usado, interagindo com mais de 60 mil famílias.

Responsável: Michel Santos – Comunicação e Marketing Corporativo**Tel.:** (11) 3741- 3152 **e-mail:** michel.santos@bunge.com **site:** www.bunge.com.br

Fundação Bunge

Fundação no Brasil: 1955



Perfil: principal Investimento Social Privado da Bunge Brasil, tem como foco a área de educação e atua sob quatro pilares: atividades de funcionários voluntários em escolas públicas; formação de educadores; incentivo à excelência por meio de premiações; responsabilidade histórica e memória empresarial, com disseminação da prática de preservação da memória. A Fundação realiza apenas projetos próprios, sempre de acordo com a realidade das comunidades próximas às unidades Bunge, e coordena todo o voluntariado da companhia, realizando capacitação dos funcionários e avaliação das ações.

Missão: contribuir para o desenvolvimento da cidadania, por meio de ações de valorização da educação e do conhecimento.

Funcionários: 11 fixos

Áreas de atuação do Investimento Social Privado: cultura e artes, defesa de direitos, educação, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: promoção de oficinas de práticas pedagógicas para professores do ensino público fundamental; realização do Prêmio Fundação Bunge, que reconhece pesquisadores brasileiros de vulto em ciências, artes e letras; manutenção do Centro de Memória Bunge, que documenta a memória empresarial no país e promove palestras, oficinas e exposições de preservação do patrimônio cultural; continuidade do Programa Comunidade Educativa, pelo qual voluntários da empresa fazem atividades educativas em escolas públicas (hortas comunitárias, saraus, feira do livro, oficinas de teatro e de leitura, brincadeiras, contação de histórias, aulas de música e produção de instrumentos com material reciclável, visita a bibliotecas, plantio de mudas).

Destques do investimento social em 2007: continuidade da capacitação de educadores da rede pública de ensino, assim como das jornadas culturais do Centro de Memória Bunge, com oferta à comunidade dos conceitos e práticas de responsabilidade histórica e memória empresarial; consolidação do projeto educacional Baú do Saber Fazer, conduzido por funcionários voluntários, em toda a rede municipal de ensino Uruçuí (PI), com forte investimento na formação de educadores da região; implantação do projeto Plantando Sonhos em escolas de Cubatão (SP), com criação de espaço de estudos, oficinas de teatro e ações lúdicas envolvendo pais.

Responsável: Cláudia Calais – Gerência de Projetos Sociais

Tel.: (11) 3741-5259 **e-mail:** claudia.calais@bunge.com **site:** www.fundacaobunge.org.br

Cargill Agrícola S.A.**Fundação nos EUA:** 1865**Matriz:** Minneapolis, Minnesota São Paulo, São Paulo, Brasil

Perfil: subsidiária de uma das grandes indústrias do ramo alimentício, agrícola e de gerenciamento de risco do mundo, é líder na exportação de soja em grãos do Brasil, a segunda maior em processamento e uma das primeiras em exportação de açúcar. Produz matérias para a indústria alimentícia, carnes de aves e suínos, molhos e óleos, ração para animais, além de atender o mercado de óleos industriais e de lubrificantes biodegradáveis. A operação brasileira possui 30 fábricas, 20 escritórios, 108 armazéns, sete terminais portuários e 45 transbordos, espalhados por 180 municípios.

Missão: criar valores diferenciados.

Funcionários: 153 mil no mundo e 23 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1965

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, educação, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: ver ações da Fundação Cargill.

Outras ações em 2006: reconhecimento de atividades voluntárias de três funcionários (Cargill Cares Volunteer Awards Program), com doação, pela matriz nos EUA, de recursos à escola pública e à Apae em que atuam; realização da I Convenção da Fundação Cargill – Encontro Nacional dos Coordenadores de Voluntários, para promover a integração das ações desenvolvidas nos principais programas da Fundação.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: ver destaques da Fundação Cargill.

Responsável: Fernando Costa – Departamento de Assuntos Corporativos

Tel.: (11) 5099-3450 **e-mail:** fernando_costa@cargill.com **site:** www.cargill.com.br

Fundação Cargill

Fundação no Brasil: 1973



Perfil: principal Investimento Social Privado da Cargill no país, tem como foco apoiar a educação fundamental e colaborar para o aprimoramento da agricultura brasileira por meio de publicações de livros técnicos. Os programas Fura-Bolo e De Grão em Grão beneficiam crianças e educadores de escolas públicas municipais. Além de dar suporte às escolas treinando professores, distribuindo livros para alunos e implantando hortas escolares, a entidade também atua com projetos estratégicos sustentáveis, como, por exemplo, a reforma de bibliotecas. A Fundação Cargill gerencia o trabalho voluntário no território nacional e conta com o apoio desses funcionários nas suas atividades.

Missão: preparar as próximas gerações para serem bem-sucedidas na educação, no trabalho e na vida.

Funcionários: sete fixos e 312 cedidos pela mantenedora

Áreas de atuação do Investimento Social Privado: cultura e artes, educação, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: reforma, revitalização e compra de mobiliário, computadores e livros para Biblioteca Municipal de Santarém (PA); construção de uma casa de máquinas com cinco salas, para dar suporte ao centro cirúrgico e compra de 29 equipamentos para a implantação da sala cirúrgica do Hospital do Câncer de Rio Verde (GO); manutenção e melhoria de 136 hortas escolares por intermédio do Programa De Grão em Grão, com disseminação dos conceitos sobre agricultura familiar e segurança alimentar, por meio dos 312 funcionários voluntários, que realizaram palestras para a comunidade; criação do módulo II dos livros da coleção Fura-Bolo (foram treinados 2 mil professores e distribuídos 110 mil livros com o caderno de atividades, editados especialmente para estes programas e voltados aos alunos e educadores do ensino fundamental).

Destques do Investimento Social Privado em 2007: primeiro reconhecimento de voluntário e coordenador de voluntário em âmbito nacional, com a participação de 14 cidades; inauguração da sala cirúrgica no Hospital do Câncer de Rio Verde (GO), com distribuição preventiva de folders sobre câncer de pele, bloqueadores solares e bonés, durante o evento; implantação do Programa Fura-Bolo em Tatuí (SP), com o treinamento dos professores e distribuição de material pedagógico para 500 alunos do ensino fundamental; adesão ao Movimento Todos pela Educação (distribuição de 56 mil calendários educativos para pais, educadores, alunos e 143 escolas municipais participantes dos programas da Fundação Cargill e colaboração na divulgação desta importante temática no folder institucional da Fundação Cargill, no *Jornal Fundação Cargill* e na *Revista Cargill*).

Responsável: Denise Cantarelli – Fundação Cargill

Tel.: (11) 5099-3223 **e-mail:** denise_cantarelli@cargill.com **site:** www.cargill.com.br/Fundação%20Cargill/default.aspx

Caterpillar Brasil Ltda.**Fundação nos EUA:** 1925**Matriz:** Peoria, Illinois Piracicaba, São Paulo, Brasil

Perfil: fabricante, exportador líder de equipamentos de movimentação de terra e materiais, escavação, compactação e geradores de energia para os segmentos de construção, mineração, indústria, agricultura e atividade florestal. A Caterpillar Brasil está na liderança do seu setor no mercado doméstico e na exportação de equipamentos, comercializados para mais de 120 países.

Funcionários: 101 mil no mundo e 5.100 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1954

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, comunicações, cultura e artes, defesa de direitos, desenvolvimento comunitário, educação, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: exposições multimídia itinerantes de educação ambiental, que enfocam a escassez da água potável no mundo, a floresta tropical brasileira e os problemas do lixo; apoio ao Piracicaba 2010, plano de desenvolvimento sustentável local, com ação conjunta de voluntários da companhia, prefeitura e empresas parceiras para concretização da Agenda 21 do município; educação complementar, atendimento psicológico e nutricional a crianças e adolescentes de baixa renda; capacitação de professores da rede municipal de ensino fundamental.

Outras ações em 2006: apoio financeiro à Fundação Floresta Tropical para execução de projeto de manejo sustentado para preservação da Floresta Amazônica; doação à ONG The Nature Conservancy para conservação das bacias dos rios Paraná e Paraguai; distribuição de kits com material escolar para crianças, adquiridos com recursos de reciclagem feita na empresa; patrocínio à Orquestra Filarmônica de Piracicaba e a festas regionais; doação de alimentos a mais de 20 entidades beneficentes, realizada por voluntários, com *one-to-one match* pela empresa (a cada real doado pelo voluntariado, a empresa doa outro).

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: criação, com empresa local, da ONG Líderes Construindo Líderes, que visa formar novos jovens líderes, comprometidos com o bem comum e os valores éticos universais; recursos para o Projeto de Restauo Florestal "Floresta Mais Unidos", iniciativa ambiental da Embaixada Americana; continuidade da exposição multimídia sobre a escassez da água potável no mundo, do apoio ao Piracicaba 2010 e do projeto de resgate de crianças e adolescentes vítimas de violência física e moral; continuidade das exposições sobre problemas do lixo e conservação da água doce no planeta.

Responsável: Antonio Carlos Bonassi e Rosa Morais – Divisão de Assuntos Governamentais e Institucionais
Tel.: (19) 2106-2245 **e-mail:** acbonassa@cat.com e rosamorais@cat.com **site:** www.caterpillar.com.br



Chevron Brasil Ltda.

Fundação nos EUA: 1879

Matriz: San Ramón, Califórnia Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

Perfil: companhia global de energia, que atua em mais de 180 países em todos os segmentos da indústria de óleo e de gás (exploração, produção, transporte, refino e distribuição de combustíveis e lubrificantes), assim como na geração de energia e na fabricação e venda de produtos químicos. Originária da Pacific Coast Oil Co., mais tarde Stardart Oil Co. da Califórnia, adotou o nome atual após a aquisição da Gulf Oil Corp. em 1984. Os mais de 25.700 postos de serviços no mundo, incluindo o Brasil, ostentam as marcas Chevron, Texaco e Caltex.

Funcionários: 56 mil no mundo e 1.200 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1915

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, defesa de direitos, educação, meio ambiente.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro à Alfamol (Alfabetização Solidária); patrocínio incentivado e distribuição de livros paradidáticos a milhares de alunos de escolas públicas, em parceria com a Fundação Educar DPaschoal; doação de recursos obtidos com reciclagem a projetos educacionais da Ação da Cidadania Contra a Fome, a Miséria e Pela Vida e da Alfamol; doação, via FIA (Fundo para Infância e Adolescência), à Fundação Solidariedade, à Fundação Orsa e ao Lar da Criança Feliz, que cuidam e formam crianças e adolescentes em situação de risco.

Outras ações em 2006: realização da Week of Caring, maratona de voluntariado em escolas e orfanatos (manutenção, rodas de leitura, plantio de mudas, doação de livros etc.); doação de computadores a programa de educação digital da Alfamol e incentivo à adoção financeira de alunos, com cofrinhos nas lojas e débito em cartão Texaco; aulas de inglês para crianças da Rocinha, no Rio de Janeiro (RJ); doação de acervo de filmes a entidades sociais; mobilização de revendedores para coleta de livros e brinquedos no Natal, destinados à Ação da Cidadania Contra a Fome, a Miséria e Pela Vida.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: alfabetização de 1.250 jovens e adultos em Milagres (CE), Chã Grande (PE), Almeirim (PA) e Barcarena (PA); implantação do Projeto Iniciativa Esperança Chevron, voltado à prevenção do HIV/Aids em três comunidades de Duque de Caxias (RJ), que capacitou cem alunos e 54 agentes de saúde em multiplicadores; e distribuição de 129 mil livros paradidáticos pelo projeto Semeando Cidadania na Escola em 16 estados e 36 municípios.

Responsável: Luiz Fernando Rodrigues – Departamento de Responsabilidade Social

Tel.: (21) 2271-9277 **e-mail:** luiz.rodrigues@chevron.com **site:** www.chevron.com

Cisco do Brasil

Fundação nos EUA: 1984

Matriz: São José, Califórnia São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: empresa da área de tecnologia, líder em soluções de rede e comunicações para a internet, criadas por meio de seus equipamentos, softwares e dezenas de serviços de voz, vídeo, transmissão de dados, mobilidade, entre outros. Concebida por cientistas da Universidade de Stanford, a companhia está presente em vários países no mundo.

Missão: compromisso em criar redes cada vez mais inteligentes, rápidas, seguras e robustas, agregando valor e oportunidades para nossos clientes, funcionários, investidores e parceiros.

Funcionários: 50 mil no mundo e 400 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1994

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, assistência social, comunicações, educação, formação para o trabalho, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: participação no Programa Escola de Fábrica, do governo federal, voltado a jovens pobres de escolas públicas, com doação em dinheiro e instrutores no curso de conceitos básicos de redes, pertencente ao Programa Network Academy da Cisco; doação de equipamento e horas-trabalho de funcionários para a integração em rede de 26 filiais e 63 escolas de informática e cidadania do CDI (Comitê pela Democratização da Informática).

Outras ações em 2006: doações por parte da empresa e seus voluntários de mercadorias (roupas, alimentos, brinquedos) ou dinheiro a instituições que cuidam de idosos ou crianças.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: doações de equipamentos a projetos educacionais da Fundação Bradesco, de produtos, equipamentos e dinheiro ao CDI e de recursos financeiros ao Programa Escola de Fábrica. No voluntariado, destacam-se as doações de alimentos a famílias beneficiadas pela Lumen (Associação de Assistência ao Deficiente Neuromotor e/ou Mental) e de recursos para construção de dispensa na ONG Alquimia.

Responsável: Adriana Califano – Civic Council Brasil

Tel.: (11) 5502-3150 **e-mail:** acalifan@cisco.com **site:** www.cisco.com.br



Banco Citibank S.A.

Fundação nos EUA: 1812

Matriz: Nova York, Nova York São Paulo, São Paulo, Brasil

Perfil: um dos maiores conglomerados financeiros do mundo, com atuação em mais de cem países, oferece serviços bancários e crédito ao consumidor, operações bancárias corporativas e de investimento, correção de títulos mobiliários e administração de grandes patrimônios individuais e familiares. No Brasil, possui mais de 120 agências bancárias, cerca de 400 mil contas de clientes e mais de 6 milhões de cartões de crédito emitidos.

Missão: ser a mais respeitada companhia de serviços financeiros globais.

Funcionários: mais de 300 mil no mundo e mais de 6.800 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1915

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, desenvolvimento comunitário, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: investimento em 22 projetos socioambientais, como o IPP-Citi (Rotary Av. Paulista), que prepara jovens aprendizes para o primeiro emprego, e o Projeto Empreendedorismo Juvenil e Microcrédito (Fundação Abrinq), que apóia jovens empreendedores de baixa renda no desenvolvimento de planos de negócios; primeiro Dia Global na Comunidade (evento mundial que mobilizou no Brasil mais de 1,4 mil voluntários, em benefício de 5 mil pessoas, de 16 cidades); apoio a projetos ambientais, como Conservação e Uso Sustentável da Floresta com Araucária, da ONG The Nature Conservancy, e Capital Semente para a Mata Atlântica, da ONG Conservação Internacional.

Outras ações em 2006: Bancos em Ação (Jr. Achievement), que estimula jovens a compreenderem o sistema bancário-financeiro; Biblioteca Viva (Fundação Abrinq), de mediação de leitura para crianças; realização do Prêmio Citi Melhores Microempreendimentos, entre outros.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: sete projetos ambientais (principais parcerias: Conservação Internacional e The Nature Conservancy); 12 projetos sociais com foco em educação básica e financeira, empreendedorismo, microcrédito e desenvolvimento comunitário (principais parcerias: Jr. Achievement e Fundação Abrinq); destaque para o *train-the-trainer*, com instituições de microfinanças, capacitadas na metodologia do Programa Global de Educação Financeira, em parceria com as ONGs Microfinance Opportunities e Freedom from Hunger; realização do segundo Dia Global na Comunidade (mais de 2 mil voluntários envolvidos, em 22 cidades, beneficiando mais de 5.500 pessoas); implementação do programa de voluntariado De Braços Abertos (consolidação de todas as iniciativas institucionais e da Associação CitiEsperança, cronograma anual de atividades e capacitação dos voluntários).

Responsável: Anthony McNeill Ingham – Diretoria de Assuntos Corporativos e Comunicação

Tel.: (11) 4009-3818 **e-mail:** anthony.ingham@citi.com **site:** www.citibank.com.br



Coca-Cola Brasil

Fundação nos EUA: 1886

Matriz: Atlanta, Geórgia Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

Perfil: maior empresa de bebidas não-alcoólicas do mundo, serve diariamente 1,5 bilhão de unidades em mais de 200 países, com mais de 2.800 tipos de produtos, sendo a detentora das marcas líderes do segmento de bebidas gasosas não-alcoólicas. O Sistema Coca-Cola Brasil inclui a Coca-Cola Indústrias e a Re-cofarma Indústria do Amazonas, subsidiárias da The Coca-Cola Company, a Minute Maid Mais, Del Valle e a Leão Júnior, além de 16 grupos empresariais independentes que operam 38 fábricas pelo país.

Missão: refrescar o mundo – em corpo, mente e espírito. Inspirar momentos de otimismo – através de nossas marcas e ações. Criar valor e fazer a diferença – onde estivermos, em tudo o que fizermos.

Funcionários: 89.700 no mundo e 34 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1942

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, defesa de direitos, educação, esportes, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: desenvolvimento, por meio do Instituto Coca-Cola Brasil, dos programas Valorização do Jovem (combate à evasão escolar no ensino fundamental), Reciclou, Ganhou (estímulo à reciclagem de embalagens) e Movimento Bem-Estar (ações educativas e informativas para estimularem as pessoas a adotar um estilo de vida saudável).

Outras ações em 2006: manutenção de restaurantes Prato Popular, com preços simbólicos, e do Primeiro Centro de Inclusão Digital de João Pessoa, situado em um desses restaurantes; incentivo à produção de açúcar mascavo a produtores no Amazonas (suporte técnico, mudas, capacitação em vendas e aquisição de parte da produção); Dia Mundial de Limpeza de Rios e Praias, com atuação de funcionários; patrocínio do Troféu Raça Negra, prêmio da ONG Afrobrás a personalidades afrodescendentes de relevo, e do Festival Folclórico de Parintins; cerca de 200 ações sociais (doações, apoios, campanhas, voluntariado) dos fabricantes regionais em comunidades de diferentes realidades no país; doação a cooperativas de catadores e a creches do valor arrecadado com reciclagem em escritórios e laboratórios do Rio de Janeiro (RJ); patrocínio a visita histórico-cultural e lúdica, conduzida por atores no Teatro Amazonas e Palácio Rio Negro, em Manaus (AM); viagem ao Japão para adolescentes de projetos sociais que viram a Copa do Mundo e entraram no grama-do em jogo da Seleção brasileira.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: lançamento do Programa Águas das Florestas Tropicais Brasileiras, conduzido pelo Instituto Coca-Cola Brasil, em parceria com a SOS Mata Atlântica; continuidade do Programa Reciclou, Ganhou (estímulo à reciclagem de embalagens) e do Programa de Valorização do Jovem (programa de redução da evasão escolar) sob os pilares de atuação do Instituto: educação e meio ambiente.

Responsável: Flávia Neves – Departamento de Comunicação

Tel.: (21) 2559-1159 **e-mail:** fneves@la.ko.com **site:** www.cocacola.com.br

Instituto Coca-Cola Brasil

Fundação no Brasil: 1999



Perfil: principal ferramenta de Investimento Social Privado do Sistema Coca-Cola Brasil, atua sob os pilares educação e meio ambiente, gerenciando os programas desenvolvidos em âmbito nacional. O instituto não coordena as outras várias ações sociais de caráter regional executadas individualmente pelos 16 grupos fabricantes da Coca-Cola Brasil que operam as 37 fábricas pelo país. Funcionários da Coca-Cola Brasil dedicam parte do seu tempo para dar suporte e apoio às atividades do instituto.

Funcionários: dois fixos

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: educação, geração de trabalho e renda, meio ambiente.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: programa pedagógico de combate à evasão escolar no ensino fundamental em que alunos com alto risco de abandonar a escola tornam-se monitores de estudantes mais novos, além de terem acesso a programas culturais, palestras e visitas a empresas; programa de promoção à reciclagem de embalagens, com estímulo a instituições (escolas, hospitais, associações), para que reciclem e revertam o dinheiro em melhorias internas, e com parceria, orientação técnica e doação de equipamentos a mais de 30 cooperativas de catadores no país.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: implantação do Programa Água das Florestas Tropicais Brasileiras, para recuperação, proteção e manutenção de mananciais de água por meio da recomposição florestal de áreas próximas a rios e lagos, com fase inicial na bacia do rio Pirai (SP); continuidade e consolidação dos programas de redução da evasão escolar e de estímulo à reciclagem de embalagens.

Responsável: Pedro de Faria Fraga – Instituto Coca-Cola Brasil

Tel.: (21) 2559-1159 **e-mail:** pefraga@la.ko.com **site:** www.institutococacola.org.br



Cummins Brasil Ltda.

Fundação nos EUA: 1919

Matriz: Columbus, Indiana Guarulhos, São Paulo, Brasil

Perfil: fabricante de motores diesel, sistemas de filtração, turbos compressores e sistemas de emissões para caminhões de todos os portes, pick-ups, ônibus, barcos, tratores, colheitadeiras, trens, além de máquinas de construção e de mineração. Atua também na fabricação, venda e locação de geradores de energia. Possui 80 fábricas de motores, geradores e componentes e mais de 5 mil pontos de serviços espalhados por 197 países. A fábrica brasileira tem capacidade para produzir mais de 96 mil motores por ano.

Missão: libertamos a força da Cummins, motivando as pessoas a agir como proprietárias, trabalhando em conjunto; excedendo as expectativas dos clientes sendo sempre os primeiros no mercado, com os melhores produtos; tornando-nos parceiros dos nossos clientes para garantir que eles tenham sucesso; exigindo que tudo o que fazemos nos leve a um ambiente mais limpo, saudável e seguro; criando prosperidade para todos os envolvidos no negócio.

Funcionários: 34 mil no mundo e 1.350 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1971

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, educação, esportes, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: realização do Programa Todo Funcionário Toda Comunidade, com atividades educativas e culturais desempenhadas por voluntários, na Escola Infantil Bezerra de Menezes e na Escola Estadual Victor Civita, em Guarulhos (SP), e palestras de saúde (hipertensão, gravidez), além de visitas à Casa de Repouso São Vicente de Paulo; programa de capacitação e inclusão de jovens de baixa renda; construção de espaços, manutenção predial, doações de brinquedos, cestas básicas e cobertores à comunidade.

Outras ações em 2006: atendimento psicológico a crianças e adultos da comunidade; incentivo à prática esportiva por meio de patrocínio de grupo de capoeira para jovens da comunidade do Jardim Cumbica, em Guarulhos (SP).

Destaque do Investimento Social Privado em 2007: inauguração do Centro Comunitário Irwin Miller, com projetos de geração de renda e capacitação profissional para a comunidade do entorno da fábrica; Programa Jovem Cidadão, que forma jovens por meio de treinamentos no Senai, palestras de voluntários e acesso a atividades administrativas na companhia; revitalização da praça em frente à empresa; recursos para o Projeto de Restauo Florestal "Floresta Mais Unidos", da Embaixada Americana; crescimento do envolvimento da alta direção da Cummins, tanto local como global, na concepção de projetos.

Responsável: Soraia Senhorini Franco – Departamento de Projetos Sociais e Diversidade

Tel.: (11) 2186-4247 **e-mail:** soraia.s.franco@cummins.com **site:** www.cummins.com.br



Dell Computadores do Brasil Ltda.

Fundação nos EUA: 1984

Matriz: Round Rock, Texas Eldorado do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil

Perfil: criada por Michael Dell, é líder mundial em fabricação e venda direta ao consumidor de sistemas de computadores e acessórios, tendo sido pioneira na comercialização pela internet, a partir de 1996. A Dell do Brasil é a primeira unidade de produção da empresa na América Latina. Produz, comercializa e presta serviço a diferentes produtos (notebooks, desktops, servidores, entre outros). Em 2007, a Dell expandiu a atuação no país, instalando uma nova planta em Hortolândia (SP).

Missão: tornar-se o fornecedor preferido de TI na América Latina, reconhecido e respeitado pela capacidade de simplificar TI e pelo estabelecimento e sustentação de relacionamentos confiáveis e de longa duração com todos os clientes.

Funcionários: 89 mil no mundo e mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1999

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, educação, formação para o trabalho, meio ambiente.

Principais ações em 2006: Projeto Cidadão Digital, formação em tecnologia para alunos do ensino médio em comunidades de risco; Programa Adote um Aluno, em que funcionários adotam alunos do Cidadão Digital, dando-lhes suporte financeiro e profissional; Mês Global de Envolvimento com a Comunidade, no qual funcionários realizaram ações voluntárias, como doação de computadores e de alimentos, além de reforma de instituições beneficentes.

Outras ações em 2006: campanha Save the Water, apoiada pelo Instituto Brasil Ambiental, com ações como limpeza de margens do Delta do Jacuí (RJ) pelos funcionários voluntários; campanha do agasalho, com *one-to-one match* (a cada peça doada pelo voluntariado, a empresa doou um cobertor); campanha de Natal, em que funcionários doam alimentos e presentes a famílias atendidas por entidades de assistência a crianças; condicionamento de computadores doados pela comunidade à empresa e envio a projetos sociais ou ao descarte ambientalmente responsável.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: expansão do Projeto Cidadão Digital para Hortolândia (SP) e Sumaré (SP); iniciativa do Cheque do Bem (na compra de um desktop Dimension E520 o cliente poderia escolher uma instituição para receber R\$ 100 da Dell); crescimento de atividades voluntárias realizadas no Mês Global de Envolvimento com a Comunidade; aumento de funcionários padrinhos no Programa Adote um Aluno.

Responsável: Ana Evangelista – Departamento de Comunicação Corporativa

Tel.: (51) 3481-5379 **e-mail:** ana_evangelista@dell.com **site:** www.dell.com.br



Dow do Brasil S.A.

Fundação nos EUA: 1897

Matriz: Midland, Michigan São Paulo, São Paulo, Brasil

Perfil: The Dow Chemical Company e suas subsidiárias consolidadas constituem uma companhia química diversificada, que utiliza a força da inovação, ciência e tecnologia para aperfeiçoar constantemente o que é essencial ao progresso humano. A empresa oferece uma ampla variedade de produtos e serviços para clientes em mais de 160 países, ajudando-os a obter o que é essencial para a sua vida, de água potável, alimentos e produtos farmacêuticos a tintas, embalagens e produtos de higiene pessoal.

Missão: melhorar constantemente o que é essencial ao desenvolvimento humano, pelo domínio da ciência e da tecnologia.

Funcionários: 46 mil no mundo e 2.200 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1971

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, desenvolvimento comunitário, educação, esportes, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: manutenção de escolas e creche, fundo mensal de apoio à educação, bolsa de estudos a alunos do ensino fundamental; contribuição de funcionários voluntários com valores destinados à merenda de crianças de escolas próximas às fábricas; suporte financeiro a atendimento odontológico a crianças em postos de saúde; capacitação de lideranças em meio ambiente, cursos profissionalizantes, regularização e/ou formação de associação de moradores; painéis de discussão com a comunidade para a resolução de problemas comuns; catalogação de fauna e flora em região de mangue, com área preservada para visitação de estudantes.

Outras ações em 2006: doações de equipamentos e alimentos a instituições (escolas, bombeiros, prefeituras); patrocínios (simpósios, campanhas de conscientização de meio ambiente, atividades esportivas); qualificação, treinamento e maquinário para cooperativa de catadores; subsídio a sistema de transportes para a comunidade do entorno da fábrica na Bahia.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: início do Programa Embaixadores do Meio Ambiente, em parceria com o Instituto Jean-Michel Cousteau do Brasil, que conscientiza crianças e jovens sobre sustentabilidade, incluindo hospedagem em uma casa ecológica; construção de casas populares para 32 famílias, em mutirão de voluntários, sob coordenação da ONG Associação Habitat para a Humanidade Brasil; programas de alfabetização e de conclusão do ensino fundamental para adultos, em parceria com o Sesi (Serviço Social da Indústria).

Outras ações em 2007: apoio a projeto em que adolescentes aprendem a tocar violão, constroem instrumentos a partir de material reciclado e recebem noções de cidadania; início de programa piloto de treinamento de professores da rede pública em química, instrumentação de laboratório e construção de estação de ciências; recursos para Projeto de Restauro Florestal "Floresta Mais Unidos", iniciativa da Embaixada Americana; realização do Forum Dow de Sustentabilidade, abrindo discussões sobre o tema, do ponto de vista social, econômico e ambiental.

Responsável: Paul M. Oakley – Departamento de Assuntos Institucionais da América Latina

Tel.: 11- 5188-9057 **e-mail:** poakley@dow.com **site:** www.dowbrasil.com

DuPont do Brasil S.A.**Fundação nos EUA:** 1802**Matriz:** Wilmington, Delaware Barueri, São Paulo, Brasil

Perfil: originária de uma fábrica de pólvora fundada por Eleuthère Irénée du Pont de Nemours, químico francês que imigrou para os EUA, a empresa fornece hoje matéria-prima as indústrias de inúmeros segmentos, tais como agrícola, petroquímico, automobilístico, gráfico, polímeros industriais, eletrônico, construção, decoração, segurança, celulose e biotecnologia. Para isso, atua em cinco plataformas de negócio: agricultura e nutrição; tecnologias de cor e revestimento; tecnologias de eletrônicos e comunicação; materiais de alta performance; segurança e proteção.

Missão: crescimento sustentável: aumentar o valor para o acionista e para a sociedade e, ao mesmo tempo, reduzir a interferência ambiental.

Funcionários: 60 mil no mundo e 3 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1937

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, comunicações, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: capacitação em educação científica de professores de escolas públicas e de alunos de ensino fundamental; atuação e apoio financeiro às organizações das quais a empresa é sócio-fundadora: IBio (Instituto BioAtlântica), que visa à conservação da Mata Atlântica, United Way Brasil (ex-ACJ, Associação Caminhando Juntos), que atua na qualificação da juventude popular urbana para sua inclusão no mercado de trabalho; Integrare, que indica fornecedores dirigidos por grupos tradicionalmente excluídos na sociedade, promovendo sua integração à comunidade de negócios.

Outras ações em 2006: patrocínio, por lei de incentivo, do livro *Juventude Popular Urbana – Educação, cultura, trabalho – O case ACJ Brasil-United Way*; participação de voluntários nas atividades comunitárias promovidas pela United Way Brasil, incluindo criação de planejamento estratégico de negócios para duas organizações apoiadas.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: criação de franquia social e parceria com cliente no programa de capacitação em educação científica de professores de escolas públicas e de alunos de ensino fundamental; crescimento de compras a fornecedores de grupos marginalizados, sob indicação da ONG Integrare; publicação do livro *Juventude Popular Urbana – Educação, cultura, trabalho – O case ACJ Brasil-United Way*.

Responsável: Maria Clara Coracini – Departamento de Responsabilidade Social

Tel.: (11) 4166-8767 **e-mail:** maria-clara.coracini@bra.dupont.com **site:** www.dupont.com.br

Esso Brasileira de Petróleo Ltda.

Fundação nos EUA: 1870

Matriz: Irving, Texas Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil



Perfil: uma das subsidiárias da ExxonMobil Corporation – maior empresa privada de petróleo e petroquímicos do mundo, formada pela fusão, em 1999, das empresas Exxon (fundada em 1870 como Standard Oil e batizada de Exxon em 1972) e a Mobil (criada em 1866 como Vacuum Oil Company e nomeada Mobil Oil em 1966). No Brasil possui 1.800 postos, com expressiva participação no segmento de lojas de conveniência. Em abril de 2008, a ExxonMobil e o Grupo Cosan firmaram acordo para a venda das quotas das empresas que controlam a Esso Brasileira. A ExxonMobil mantém seu centro de serviços em Curitiba, as atividades de exploração na bacia de Santos e os negócios da ExxonMobil Química.

Missão: como empresa, o objetivo primário da Esso é a geração de lucros e a remuneração de seus acionistas. Mas nossa responsabilidade não pára aí. Como cidadã corporativa, a Esso tem também um papel social que deve ser destacado.

Funcionários: 82 mil no mundo e 1.800 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1912

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, assistência social, cultura e artes, defesa de direitos, educação, esportes, formação para o trabalho, meio ambiente e saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: capacitação de jovens de comunidades pobres cariocas para ingresso na universidade e no mundo do trabalho; educação ambiental para alunos e professores em cidades e reservas de desenvolvimento sustentável no Amazonas; realização do Prêmio Esso de Jornalismo; doação em dinheiro e equipamentos ao CDI (Comitê para a Democratização da Informática); apoio financeiro a pesquisas de avaliação de políticas sociais pelo Depto. de Economia da PUC-RJ.

Outras ações em 2006: Prêmio Ibrac-Esso, conferido às melhores monografias sobre comércio, concorrência e consumo; participação no Conselho e doação à ONG ambiental Fundação Movimento OndAzul; promoção de aulas em escolinhas de futsal e natação para crianças de comunidades pobres; patrocínio de livros, via leis de incentivo; doações de alimentos, agasalhos e sangue por voluntários.

Destques do Investimento Social Privado em 2007: patrocínio do site da Rede de Controle Social, espaço para grupos que buscam estabelecer a probidade administrativa municipal; parceria com o CDI para a criação de novas EICs (Escolas de Cidadania e Informática); continuidade da capacitação de jovens no Rio e da educação ambiental na Amazônia.

Responsável: Maria Luiza Soares – Departamento de Comunicação

Tel.: (21) 3433-2199 **e-mail:** luiza.soares@exxonmobil.com **site:** www.esso.com.br

Federal Express Corporation – Fedex

Fundação nos EUA: 1973

Matriz: Memphis, Tennessee São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: maior empresa de transporte expresso do mundo e fornecedora de soluções de logística global, possui 670 operações aéreas, em mais de 220 países e territórios e 46 centros de teleatendimento, recebendo 500 mil chamadas diariamente e entregando mais de 3,5 milhões de pacotes a cada dia, por meio de seus 43.500 *couriers*.

Missão: a FedEx está comprometida com a filosofia de pessoas-serviços-lucro. Prover um excepcional serviço aos clientes, ser um excelente local de trabalho e ter uma ação participativa e positiva com o meio ambiente e com as comunidades onde servimos e moramos. Ser prestativos, gentis e profissionais, internamente e com o público. Nosso objetivo é ter um cliente totalmente satisfeito ao final de cada transação. Produzir retornos financeiros notáveis, fornecendo transporte confiável, competitivamente superior, global, via aérea ou terrestre, de bens e documentos de alta prioridade que exijam a entrega rápida na hora certa. Igualmente importante, o controle positivo de cada pacote utilizando-se sistemas de rastreamento e monitoramento eletrônico em tempo real.

Funcionários: 142 mil no mundo e 533 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1989

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, assistência social, defesa de direitos, educação, esportes, formação para o trabalho, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro a organizações que zelam por crianças e adolescentes (ONG Criança Segura Brasil, que compõe a rede Safe Kids Worldwide; Programa Educação pelo Esporte, do Instituto Ayrton Senna; Oficina de Artesanato na Casa do Zezinho; e elaboração de projeto, pelos voluntários, da sala de computação no Lar do Menor de Carapicuíba). Parceria no Programa Jovens Embaixadores, iniciativa da Embaixada dos EUA, que proporciona viagem de intercâmbio a estudantes brasileiros de escolas públicas com perfil de liderança em suas comunidades.

Outras ações em 2006: realização, pelos voluntários, de festas como Dia das Crianças e Natal, para crianças abrigadas por entidades sem fins lucrativos de São Paulo (SP) e de Campinas (SP).

Destques do Investimento Social Privado em 2007: construção da sala de computação na Casa do Menor de Carapicuíba; construção de sala para atendimento psicológico de adolescentes na ONG Taba; doação de brinquedos, alimentos e itens de higiene, por clientes e funcionários, a instituições que beneficiam crianças, como Sítio Agar (Cajamar-SP), Casa da Providência de Indaiatuba (Indaiatuba-SP), Casa de Nazaré – Centro de Apoio ao Menor (Porto Alegre-RS), Ambulatório N. S. do Libano (Rio de Janeiro-RJ); reciclagem de papel e uso do valor arrecadado em doações ao Grupo +Unidos e o Sítio Agar; recursos para o Projeto de Restauo Florestal “Floresta Mais Unidos”; repetição da parceria no Programa Jovens Embaixadores.

Responsável: Eduardo Mezei – Departamento de Recursos Humanos

Tel.: (11) 5514-7364 **e-mail:** emezei@fedex.com **site:** www.fedex.com/br



Ford Motor Company do Brasil Ltda.

Fundação nos EUA: 1903

Matriz: Dearborn, Michigan São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil

Perfil: fundada por Henry Ford, em Detroit, desempenhou importante papel no nascimento da indústria automobilística, com a adoção do sistema de linha de montagem de veículos em série. No Brasil, possui fábricas de automóveis e de caminhões na região do ABC paulista e fábrica de componentes e fundição no interior de São Paulo, além de uma das plantas mais modernas do mundo em montagem de carros, situada no Complexo Industrial Ford Nordeste, na Bahia. No cenário mundial, com base em critérios de vendas, a Ford do Brasil ocupa o terceiro lugar perante as demais subsidiárias.

Missão: somos uma família global e diversificada, com um legado histórico de que nos orgulhamos, e estamos verdadeiramente comprometidos em oferecer produtos e serviços excepcionais, que melhorem a vida das pessoas.

Funcionários: 229 mil no mundo e 10 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1919

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, desenvolvimento comunitário, educação, formação para o trabalho, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: manutenção e doação de equipamentos e peças ao Centro de Capacitação Profissional Henry Ford, escola profissionalizante para jovens em São Paulo (SP); Prêmio Ford Motor Company de Conservação Ambiental, que reconhece variados projetos de preservação da biodiversidade e promoção do desenvolvimento sustentável; apoio financeiro às ações de alfabetização realizadas pelo Mova ABC e pelo Alfabetização Solidária.

Outras ações em 2006: assistência odontológica a caminhoneiros e comunidades de baixa renda em consultório móvel itinerante; contribuição financeira ao Centro do Voluntariado de São Bernardo do Campo e participação na vice-presidência da organização; campanhas de arrecadação de agasalhos, brinquedos e alimentos, realizadas por voluntários, em benefício de entidades em São Paulo (SP) e São Bernardo (SP) que cuidam de crianças e idosos.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: implantação da Semana do Voluntariado, que buscou aliar as iniciativas voluntárias existentes com ações de preservação do meio ambiente realizadas pela empresa.

Responsável: Leandro Alves – Departamento de Comunicação Institucional

Tel.: (11) 4174-9588 **e-mail:** lalves13@ford.com **site:** www.ford.com.br

General Electric do Brasil Ltda.

Fundação nos EUA: 1892

Matriz: Fairfield, Connecticut São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: subsidiária da GE, empresa diversificada de tecnologia, mídia e serviços financeiros, que atua em mais de cem países, com produtos e soluções que vão desde motores de avião, geração de energia, processamento de água e tecnologia de segurança até diagnóstico por imagem, crédito a empresas e ao consumidor, mídia televisiva e materiais avançados. Possui oito instalações industriais no Brasil, além de escritórios de vendas e marketing e mantém atividades de pelo menos 11 negócios da GE no país.

Missão: devolver à comunidade um pouco daquilo que ela nos oferece, servir à comunidade. Promover o bem-estar. Estimular a cooperação, o trabalho em equipe e a amizade.

Funcionários: 300 mil no mundo e 6 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1919

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, educação, formação para o trabalho, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: ver ações da GE Volunteers.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: ver destaques da GE Volunteers.

Responsável: Marina Franceschinelli – Gerência de Voluntariado

Tel.: (11) 3067-8352 **e-mail:** marina.franceschinelli@ge.com **site:** www.ge.com/br

GE Volunteers

Fundação no Brasil: 1997



Perfil: organização global de funcionários e aposentados da GE que atuam para melhorar as comunidades pobres da região onde vivem e trabalham, doando seu tempo e talento em ações voluntárias nos projetos apoiados. A entidade coordena todo o investimento social da GE no Brasil, inclusive os recursos provenientes da GE Foundation dos EUA. Divide-se em cinco conselhos, cada um deles com autonomia para a realização de projetos locais. Funcionários indicam entidades, as quais passam por avaliação e, sendo aprovadas, são beneficiadas com atividades ou projetos, sobretudo para crianças, jovens e idosos e com o envolvimento dos voluntários.

Missão: construir uma base sólida de relacionamento entre os voluntários e a comunidade, através do auxílio a instituições, contribuindo para sua auto-sustentação com integridade, motivação e apoio de líderes da GE.

Funcionários: nove fixos e nove cedidos pela mantenedora

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, educação, formação para o trabalho, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro, com recursos da GE Foundation (EUA), a três projetos: Circulos de Leitura, do Instituto Fernand Braudel de Economia Mundial, que promove leitura e debates entre jovens em São Bernardo do Campo (SP) e Diadema (SP); Crianças Saudáveis, Futuro Saudável, da Inmed Brasil, pelo qual são disseminados hábitos saudáveis de higiene, cuidados com o ambiente e a alimentação, na comunidade escolar em Jacarezinho (RJ) e Francisco Morato (SP); e Rede In_Formação, da Inmed Brasil, de formação continuada de professores do ensino infantil e fundamental das escolas públicas municipais em Francisco Morato (SP); participação de voluntários em projetos de educação financeira e empreendedorismo para jovens estudantes da rede pública sob orientação da ONG Jr. Achievement.

Outras ações em 2006: campanhas entre os funcionários para arrecadação e doação de alimentos, agasalhos, brinquedos, chocolates ou livros, destinados a várias creches, hospitais e instituições que cuidam de crianças, idosos e portadores de doenças mentais; festas em datas comemorativas em creches e lares de idosos; doação de sangue; reformas nas instalações de diversas entidades, como escolas e creches; passeios culturais com crianças; doações para creches e hospitais; aulas de inglês e computação dadas por funcionários a crianças de baixa renda; doação ao Fumcad (Fundo Municipal da Criança e do Adolescente); patrocínio incentivado a filmes.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: em Petrópolis (RJ): arrecadação recorde de 43,5 toneladas de alimentos destinadas a 90 instituições, visitas de voluntários a instituições, início de programa de estímulo à leitura em crianças, por meio de teatro, rodas de história e doação de livros, realização de recreação com crianças e apoio a curso de formação de garçons, em parceria com bufês, que oferecem vagas; patrocínio ao Museu Diálogos no Escuro, em Campinas (SP), que promove o debate sobre a deficiência visual; participação de voluntários no Projeto Circulos de Leitura; prática de reciclagem na comunidade próxima à GE no Rio de Janeiro (RJ); realização da Semana GE Volunteers, em São Paulo (SP), com mobilização de funcionários em prol de entidades sociais; promoção do GE Paintfest, em Campinas (SP), em que funcionários pintaram telas em um hospital de oncologia pediátrica: Projeto Coeso e Projeto Fortalecer, em parceria com a Abrinq.

Responsável: Marina Franceschinelli – Gerência de Voluntariado

Tel.: (11) 3067-8352 **e-mail:** marina.franceschinelli@ge.com **site:** www.ge.com/br



General Motors do Brasil

Fundação nos EUA: 1908

Matriz: Detroit, Michigan São Caetano do Sul, São Paulo, Brasil

Perfil: maior fabricante mundial de veículos do mundo e líder mundial de vendas anuais da indústria há 77 anos consecutivos. Manufatura seus veículos em 35 países, vendendo cerca de 9,37 milhões de carros de passeio e comerciais por ano. Fabricante de automóveis, a General Motors do Brasil é a maior subsidiária da Corporação na América do Sul e a segunda maior operação fora dos Estados Unidos.

Missão: planejar, desenvolver, produzir e comercializar veículos de passageiros e comerciais, componentes e serviços que entusiasmem nossos clientes. Atender aos anseios dos consumidores com produtos e serviços de qualidade mundial a preços competitivos e, ao mesmo tempo, obter um adequado retorno financeiro e cumprir suas responsabilidades sociais.

Início das atividades no Brasil: 1925

Funcionários: 266 mil no mundo e 24 mil no Brasil

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, educação e saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: estímulo ao voluntariado, com doação de US\$ 250 da GM Foundation para entidades beneficentes, a cada 50 horas de trabalho/ano completas em uma entidade por funcionários da GM do Brasil, em benefício de crianças e idosos. Ver ações do Instituto GM.

Outras ações em 2006: apoio no Brasil ao Programa Global Road Safety Partnership (GRSP), em que a ONG internacional GRSP firma parcerias com prefeituras para promover ações que reduzam acidentes automobilísticos e aumentem a segurança no trânsito; patrocínio e apoio a ações sociais no Rio Grande do Sul (campanha do agasalho, recursos para grupo circense, conscientização de jovens sobre os perigos ao volante); apoio em Guaraqueçaba (PR) ao projeto de conservação ambiental da Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem/The Nature Conservancy.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: aumento em mais de quatro vezes o número de funcionários voluntários e repasse de recursos pela GM Foundation para as entidades em que atuaram. Ver destaques do Instituto GM.

Responsável: Maria das Graças Martins – Departamento de Relações Públicas

Tel.: (11) 4234-8265 **e-mail:** mariadasgracas.martins@gm.com **site:** www.gm.com.br

Instituto GM

Fundação no Brasil: 1993



Perfil: principal braço do Investimento Social Privado da General Motors do Brasil, apóia projetos de cunho educativo, ambiental e filantrópico, nas comunidades de baixa renda próximas às instalações fabris e comerciais da GM. Além de apoiar ações de médio e longo prazos que estimulem e garantam o exercício da cidadania e a melhoria na qualidade de educação, o Instituto também efetua doações financeiras e materiais para suprir necessidades emergenciais de instituições com demandas nas áreas da saúde e educação.

Missão: resgatar a cidadania de jovens e adultos de comunidades carentes, que estão localizadas especialmente próximas às instalações industriais da empresa, por meio da educação, proporcionando-lhes condições necessárias para seu desenvolvimento pessoal e sucesso profissional.

Funcionários: 25 cedidos pela mantenedora

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, educação, formação para o trabalho, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro a projeto de educação complementar a crianças de Heliópolis, em São Paulo (SP); doação em dinheiro a 34 entidades sociais das áreas de saúde, educação e comunidade que beneficiam crianças, mulheres e adultos; doação diária de sopa a crianças de entidades de Santo André (SP) e de São José dos Campos (SP); implementação de projeto da ONG Jr. Achievement, que prevê noções sobre sistema econômico, gestão empresarial e operação de uma miniempresa por alunos do ensino médio de escolas públicas; início, em Gravataí (RS), de projeto de capacitação gratuita de pessoas da comunidade em áreas como informática, inglês, espanhol e mecânica, como já existente em São Caetano do Sul – Projeto Foco.

Outras ações em 2006: apoio financeiro a projeto educacional de informática da Apae (Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais) de São Caetano do Sul (SP); doação em dinheiro à ONG Banco de Alimentos e manutenção de caminhões doados anteriormente pela GM; doação de computadores para laboratório técnico de engenharia da Escola Politécnica da USP (Universidade de São Paulo).

Destques do Investimento Social Privado em 2007: triplicação dos valores doados à ONG Banco de Alimentos; participação de empregados voluntários no Mutirão de Arrecadação de Alimentos – 17 toneladas de comida em dois dias; ampliação do projeto de capacitação gratuita de pessoas da comunidade em áreas como informática, inglês, espanhol e mecânica por meio do Projeto Foco; realização da campanha anual Um Dia sem Carne, pela qual os funcionários abrem mão de comer carne uma vez por mês, durante todos os meses do ano, no refeitório da empresa, sendo o valor convertido em doação de alimentos para entidades sociais.

Responsável: Maria das Graças Martins – Departamento de Relações Públicas

Tel.: (11) 4234-8265 **e-mail:** mariadasgracas.martins@gm.com **site:** www.gm.com.br

Goodyear do Brasil Produtos de Borracha Ltda.

Fundação nos EUA: 1898

Matriz: Akron, Ohio São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: com 96 fábricas presentes em 28 países, a Goodyear Tire & Rubber Company produz pneus para automóveis, caminhões, camionetas, aeronaves e para equipamentos agrícolas. Fabrica, ainda, equipamentos correlatos e produtos para reparar pneus. No Brasil, além das unidades industriais, a empresa mantém uma rede de 160 revendedores oficiais de pneus em mais de 1.100 pontos-de-vendas.

Missão: mobilizar, sensibilizar e dar suporte às áreas e funcionários para gerir suas atividades de forma socialmente responsável.

Funcionários: 70 mil no mundo e 3.700 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1919

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, educação, esportes, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: assistência médica e oftalmológica a caminhoneiros e realização de exames e orientação sobre saúde à população rural, em duas carretas equipadas que percorrem o país; patrocínio, com lei de incentivo, de livros educativos da Fundação Educar DPaschoal; doação à Fundação Gol de Letra; palestras de prevenção às drogas em escolas públicas, ministradas por funcionários; apoio a projeto de geração de renda que transforma pneus inservíveis em móveis e objetos de uso cotidiano.

Outras ações em 2006: apoio financeiro ao Faça Parte – Instituto Brasil Voluntário; doação de roupas, alimentos e brinquedos em ação social durante o Rally dos Sertões; campanhas de agasalho e de Natal entre voluntários, com doações a dezenas de entidades da capital e do interior paulista.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: início de suporte administrativo e financeiro à Associação dos Deficientes de Americana e Região; estabelecimento de apoio a dois funcionários voluntários que educam crianças pobres por meio do esporte, com doação de uniformes, transporte, materiais e livros; consolidação da assistência médica e oftalmológica a caminhoneiros, do patrocínio incentivado a livros educativos e das palestras de prevenção às drogas em escolas públicas; cancelamento da realização de exames e orientação sobre saúde à população rural.

Responsável: Telma Helena Gomes – Departamento de Desenvolvimento Organizacional

Tel.: (11) 3281 4392 **e-mail:** telmahelena_gomes@goodyear.com **site:** www.goodyear.com.br

IBM Brasil Indústria, Máquinas e Serviços Ltda.

Fundação nos EUA: 1896

Matriz: Armonk, Nova York São Paulo, São Paulo, Brasil



Soluções para um mundo pequeno

Perfil: a origem da companhia remonta à inovação do estatístico Herman Hollerith, que processou dados do Censo americano de 1890 usando máquinas elétricas. Seis anos depois, criou a Tabulating Machine Company, mais tarde International Business Machines. Líder mundial em criação, desenvolvimento e manufatura de tecnologias de informação da indústria, incluindo sistemas de computadores e de rede, softwares, dispositivos de armazenamento e microeletrônica, a IBM tem atividades em mais de 150 países, em 15 dos quais possui fábricas.

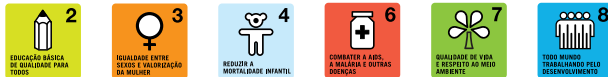
Missão: ser a melhor empresa de serviços de tecnologia da informação. Integrando a tecnologia IBM e o conhecimento dos seus mais experientes e capacitados recursos, a IBM acredita que está apta a ajudar seus clientes a enfrentar os desafios mais complexos e atingir os objetivos.

Funcionários: 380 mil no mundo e 11.910 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1917

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, assistência social, comunicações, cultura e artes, defesa de direitos, educação, meio ambiente, saúde

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: doação de kits com mobiliário, computadores e programas educacionais a pré-escolas públicas e capacitação dos professores; educação ambiental (exposição, oficinas, *workshops*) a professores da rede pública; aulas de informática e sobre carreira, ministradas por voluntários a jovens mulheres, para estimular interesse por profissões da área tecnológica, e a crianças e jovens afrodescendentes de baixa renda, visando despertar curiosidade por tecnologia; uso da capacidade ociosa de computadores pessoais na aceleração de pesquisas científicas de saúde, biologia e meio ambiente.

Outras ações em 2006: doação de softwares a entidades e escolas; manutenção, em espaços públicos, de quiosques com conteúdo científico gratuito para crianças e jovens; capacitação de professores em língua portuguesa, em salas computadorizadas, montadas pela empresa no Museu da Língua Portuguesa (SP); contribuição ao Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente; trabalho voluntário de funcionários e aposentados em cerca de 90 entidades, as quais receberam ajuda extra da empresa em dinheiro ou equipamento.

Destques do Investimento Social Privado de 2007: assistência acadêmica *online* e aconselhamento sobre carreira a estudantes realizados por funcionários; implantação, em escolas públicas e entidades, de tecnologia de reconhecimento de voz via web, que permite aprender a ler e entrar em contato com a língua inglesa; biblioteca *online* sobre o Egito, com viagem virtual pela história e cultura; recursos para o Projeto de Restauo Florestal “Floresta Mais Unidos”, da Embaixada Americana.

Outras ações em 2007: realização, por lei de incentivo, de digitalização do acervo do Museu Imperial, da VII Semana Universitária da Universidade Católica de Brasília, com o Projeto Arte no Campus, e do Cine Amazônia – Festival de Cinema e Vídeo Ambiental; patrocínio da Exposição Grande Sertão Veredas, no MAM-RJ; realização da Gincana do Milênio, em que jovens mineiros apresentaram soluções de sustentabilidade alinhadas às oito ODMs para suas cidades; contribuição ao Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente.

Responsável: Ana Cláudia Figueiredo – Departamento de Cidadania Corporativa

Tel.: (11) 2132-2305 **e-mail:** aninha@br.ibm.com **site:** www.ibm.com/br



Intel Semicondutores do Brasil

Fundação nos EUA: 1968

Matriz: Santa Clara, Califórnia São Paulo, São Paulo, Brasil

Perfil: presente em 48 países, é líder mundial na produção de semicondutores e microprocessadores para computadores. Atualmente, a empresa desenvolve novas tecnologias (chipsets, redes de silício e software) e cria soluções de plataformas (séries integradas de tecnologias, projetadas e testadas em conjunto), voltadas para empresas, escolas, governos, pessoas e instituições de diferentes áreas, como telemedicina, entre outras.

Missão: a missão da Intel é a de atender e exceder as expectativas dos clientes, funcionários e acionistas.

Funcionários: 63 mil no mundo e 147 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1987

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: educação, formação para o trabalho, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: educação digital, com treinamento de professores no uso da tecnologia como ferramenta pedagógica, e inclusão de jovens de baixa renda por meio de aulas em centros de tecnologia; investimento em pesquisas tecnológicas (apoio a universidades, com doações, montagem de laboratórios e currículos, premiação a alunos e professores); patrocínio a feiras de ciências; criação da Cidade Digital, em Parintins (AM), com infra-estrutura tecnológica, programas educacionais e telemedicina, em benefício da comunidade local.

Outras ações em 2006: cursos de montagem e de manutenção de microcomputadores voltados a jovens; manutenção de dois Computer Clubhouses, onde jovens têm acesso a ilhas com softwares de edição de vídeo e áudio, aplicativos 3D, microscópios conectados a computador e estúdio de rádio.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: lançamento do Programa Intel Involved, de atuação de funcionários em atividades na comunidade, com base em quatro pilares (educação, meio ambiente, comunidades e doações a crianças de baixa renda); criação do Comitê de Voluntariado, para planejar as ações sociais de forma estruturada; contribuições em dinheiro e equipamentos pelos voluntários a entidades que cuidam de crianças na capital paulista; recursos para o Projeto de Restauo Florestal "Floresta Mais Unidos", iniciativa da Embaixada Americana.

Responsável: Adriana Machado – Departamento de Relações Governamentais

Tel.: (11) 3365-5572 **e-mail:** adriana.machado@intel.com **site:** www.intel.com.br

International Paper do Brasil Ltda.**Fundação nos EUA:** 1898**Matriz:** Memphis, Tennessee Mogi-Guaçu, São Paulo, Brasil

Perfil: subsidiária da International Paper (IP), uma produtora global de papéis e embalagens, com operações na América do Norte, Europa, América Latina, Rússia, Ásia e Norte da África. Seus negócios são focados em papéis não revestidos e embalagens industriais e de consumo. No Brasil, duas fábricas integradas, em Mogi-Guaçu e Luiz Antônio (SP), têm capacidade produtiva anual de mais de 800 mil toneladas de papel para imprimir e escrever. Seus produtos incluem a linha de papéis para imprimir e escrever Chamex e Chamequinho e a linha Chambril para o mercado gráfico.

Missão: porque existimos, o que fazemos e como o fazemos: a International Paper dedica-se a melhorar as vidas das pessoas. Nossos funcionários utilizam recursos renováveis para fabricar produtos que as pessoas necessitam todos os dias. Nossos clientes são bem-sucedidos porque nossos produtos e serviços inovadores resultam em melhorias para seus negócios. Nossas comunidades nos acolhem como vizinhos, empregadores e protetores do meio ambiente. Nossos acionistas se beneficiam de nosso bom desempenho financeiro. Ao mantermos nossas promessas, geramos resultados. A chave do nosso sucesso vem de pessoas dedicadas, altamente motivadas, que agregam valor aos clientes por meio de excelência operacional.

Funcionários: 65 mil no mundo e 2.355 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1960

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: projetos educacionais de meio ambiente para alunos e professores (almanaques, desenhos animados, concursos de redação e atividades para crianças e jovens em reserva florestal); doações (IR a Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, equipamentos ao Centro Infantil Boldrini, referência no tratamento de câncer infantil em Campinas, SP, e à Esalq, USP); recursos para a reforma de posto de saúde em Três Lagoas, MS); capacitação para o trabalho a jovens de baixa renda, com o Senac de Mogi-Guaçu.

Outras ações em 2006: doações (camisetas para formatura de jovens em programa de resistência às drogas e à violência da PM Mogi-Guaçu e Três Lagoas e para a Guarda Mirim de Mogi Mirim); mudas para recomposição de mata ciliar; papel para escolas, Secretarias de Educação e Fundação Gol de Letra; dinheiro e alimentos a entidades beneficentes, além de roupas e cobertores doados pelos voluntários); caminhada pela prevenção à Aids; patrocínio a cartilhas de saúde em Três Lagoas e ao Concerto de Natal de Mogi-Guaçu.

Destaques do investimento social em 2007: recursos para o Projeto de Restauo Florestal " Floresta Mais Unidos", da Embaixada Americana; patrocínio ao Prêmio Bracelpa de Desenvolvimento Sustentável para Jornalistas; educação ambiental para a comunidade rural do distrito de Garcias, próximo a Três Lagoas; fomento à arborização urbana em São Simão (SP); apoio, capacitação de catadores e auxílio na gestão da Associação dos Catadores de Luiz Antônio; consolidação de ações de educação sobre meio ambiente (feiras, palestras, concursos, filmes).

Responsável: Ana Paula Vasco de Toledo Garcia – Depto. de Responsabilidade Social Corporativa

Tel.: (19) 3861-8396 **e-mail:** ana.toledo@ipaperbr.com **site:** www.internationalpaper.com.br

Johnson & Johnson do Brasil Indústria e Comércio de Produtos para a Saúde Ltda.



Fundação nos EUA: 1886

Matriz: Nova Brunswick, Nova Jersey São Paulo, São Paulo, Brasil

Perfil: maior e mais diversificada empresa mundial de produtos para a saúde. Apóia-se em uma estrutura que conta com mais de 250 companhias, sediadas em 57 países nos cinco continentes, atuando nos mercados farmacêutico, médico-diagnóstico e consumidor. Seus produtos são comercializados em 175 países, e a companhia emprega cerca de 119 mil pessoas mundialmente.

Missão: nós criamos marcas desejadas que são respeitadas e bem-vindas nas casas das pessoas, nos seus corações e nas rotinas de suas vidas – em todas as comunidades da Terra.

Funcionários: 119 mil no mundo e 5 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1933

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio a organizações e projetos em prol da saúde e do bem-estar de crianças e adolescentes e diversas entidades que promovem educação sobre saúde e direitos sexuais reprodutivos a adolescentes; Prêmio Johnson & Johnson de Administração Hospitalar, um reconhecimento aos melhores gestores; doação de produtos fabricados pela Johnson & Johnson para mais de 40 instituições que cuidam de crianças e adultos de baixa renda, bem como de portadores de deficiência.

Outras ações em 2006: apoio financeiro da empresa e participação de voluntários em ações comunitárias da United Way Brasil (ex-ACJ, Associação Caminhando Juntos), que atua na qualificação da juventude popular urbana para sua inclusão no mercado; participação de voluntários em projeto da ONG Jr. Achievement, que leva noções do mundo dos negócios à escola pública; formação técnico-profissional de jovens na empresa e monitoramento de seu desempenho na escola formal e na família; apoio ao Projeto Pomar, ação governamental de plantio de árvores nas marginais de São Paulo (SP).

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: continuidade do apoio a programa Criança Segura na Escola, implementado pela ONG Criança Segura, que visa reduzir acidentes previsíveis com crianças; consolidação do apoio à Associação Saúde da Família, que leva informações sobre HIV/Aids e reprodução sexual a bairros pobres de São Paulo (SP) e Fortaleza (CE); doações ao Próvisão – Hospital Oftalmológico e Centro de Reabilitação, para implantação do Programa Pró-Ar (inspirado no Programa Ambiente Livre de Tabaco, da J&J), e à Obra Social Célio Lemos, em São José dos Campos (SP); aplicação de programas de educação empreendedora da ONG Jr. Achievement em escolas públicas de São José dos Campos (SP), Jacareí (SP) e Capava (SP), para profissionalizar e incentivar o empreendedorismo entre os jovens de baixa renda.

Responsável: José Cividanes – Depto. Administração e Assuntos Públicos

Tel.: (12) 3932-3105 **e-mail:** jcividan@its.jnj.com **site:** www.jnjbrasil.com.br

Fundação Escola de Enfermagem R.W. Johnson

Fundação no Brasil: 1976



Perfil: uma das mais tradicionais ações de Investimento Social Privado da Johnson & Johnson no país, a instituição tem como foco a formação em curso técnico de enfermagem, além de oferecer módulos de especialização e aprimoramento. Professores e alunos participam de ações educativas e preventivas na comunidade, escolas, instituições e empresas, prestam treinamento a profissionais de saúde e colaboram em materiais didáticos e trabalhos científicos da área.

Missão: elevar a qualidade de vida da comunidade por meio da educação e do cuidado de enfermagem.

Funcionários: dez fixos

Áreas de atuação do Investimento Social Privado: educação, formação para o trabalho, saúde.

ODM em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: projeto de integração da Escola de Enfermagem com a Secretaria Municipal da Saúde, via atuação assistencial de estudantes na Unidade Básica de Saúde do Campo dos Alemães (em São José dos Campos) e em seu entorno, uma região de risco social por reunir indicadores de saúde baixos em relação às médias do município.

Responsável: Cleuza Nagafuti – Fundação Escola de Enfermagem R. W. Johnson

Tel.: (12) 3932-4507 **e-mail:** cnagafuti@fundacaojohnson.org.br **site:** www.fundacaojohnson.org.br

Ketchum Estratégia

Fundação nos EUA: 1923

Matriz: Nova York, Nova York São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: agência de comunicação que oferece serviços de relações públicas e estratégia de comunicação. Tem como sócia a multinacional Ketchum, com 47 escritórios sediados nas Américas, na Ásia e na Europa. Os trabalhos estão segmentados em quatro grandes áreas de atuação: corporativa, marcas e produtos, saúde e tecnologia.

Missão: oferecer as melhores, mais modernas e criativas soluções em comunicação, agregando valor à imagem corporativa de nossos clientes.

Funcionários: mil no mundo e 101 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1987

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: comunicações e assistência social.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações 2006: trabalho de comunicação em prol da causa da acessibilidade e doação de mercadorias para entidade de apoio a crianças de baixa renda.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: expansão e aprimoramento da doação de horas-trabalho em serviços pro bono de comunicação para ONGs, incluindo divulgação, assessoria de imprensa, criação, redação e produção de informativos e campanha para angariar novos associados.

Responsável: Alexandra Aparício – Departamento de Comunicação

Tel.: (11) 5096-4334 ext 203 **e-mail:** alexandra.aparicio@ketchum.com.br **site:** www.ketchum.com.br

Kodak Brasileira Comércio de Produtos para Imagem

Fundação nos EUA: 1880

Matriz: Rochester, Nova York São José dos Campos, São Paulo, Brasil



Perfil: fundada por George Eastman com a missão de simplificar o processo fotográfico e torná-lo acessível a uma infinidade de consumidores, a empresa produz hoje uma série de câmeras, filmes, impressoras, softwares, soluções tecnológicas de revelação e serviços para o consumidor final, profissionais de fotografia, área de comunicações gráficas, gerenciamento de documentos, indústria cinematográfica, entre outros, usando tanto tecnologia digital quanto analógica.

Missão: construiremos uma cultura de classe mundial, voltada para resultados, baseada em nossos seis valores-chave: respeito pela dignidade do indivíduo; integridade; confiança; credibilidade; melhoria contínua e renovação pessoal; reconhecimento e celebração, por meio dos quais cresceremos mais rapidamente que nossos concorrentes, fornecendo aos clientes e consumidores as soluções que estes desejam para capturar, armazenar, processar, produzir e comunicar imagens entre pessoas e sistemas em qualquer lugar, a qualquer hora. Obteremos vantagem competitiva trazendo soluções diferenciadas e eficazes em termos de custos ao mercado, de forma rápida e com qualidade, por meio de uma equipe composta por colaboradores diversos, motivados e com as habilidades necessárias para manter a Kodak como líder mundial em geração de imagens. Desta forma, atingiremos nosso objetivo fundamental de satisfação total do cliente e, conseqüentemente, nossas metas de maior participação no mercado global e boa performance financeira.

Funcionários: 40 mil no mundo e 400 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1920

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, educação e saúde.

ODM em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: doação à Futurong, entidade que promove o desenvolvimento humano da população de baixa renda em Parelheiros, São Paulo (SP); à Sociedade Holística Humanitária, que presta assistência a crianças com deficiências físicas e mentais e suas famílias; e ao GACC (Grupo de Apoio à Criança com Câncer), os dois últimos localizados em São José dos Campos (SP); doação a entidades onde os funcionários voluntários prestam serviços, como a Asin (Associação para Síndrome de Down de São José dos Campos).

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: participação na Semana do Voluntariado do Grupo +Unidos, com plantio de árvores no Parque do Estado, em São Paulo (SP); mobilização de voluntários em ações como campanha do agasalho e McDia Feliz; doações a entidades como Futurong e GACC, além de Janel Doyle, em Manaus (AM), e Sociedade Beneficente São Mateus, em São José dos Campos (SP).

Responsável: Herson Manfrinato – Departamento de Comunicação e Assuntos Corporativos

Tel.: (12) 3932-6041 **e-mail:** herson.manfrinato@kodak.com **site:** www.kodak.com.br

Kraft Foods Brasil

Fundação nos EUA: 1903

Matriz: Northfield, Illinois Curitiba, Paraná, Brasil



Kraft Foods

Perfil: subsidiária da americana Kraft Foods Inc., fundada por James Lewis Kraft e hoje uma das maiores empresas de alimentos do mundo. Seus produtos são comercializados em cerca de 150 países, atendendo a mais de 1 bilhão de consumidores com queijos, biscoitos, chocolates, cafés, bebidas, refeições rápidas, molhos, fermento, entre outros. No Brasil, opera com sete fábricas, responsáveis pela produção de marcas consagradas.

Missão: liderança global imbatível em alimentos

Funcionários: 103 mil no mundo e 7.500 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1993

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, desenvolvimento comunitário, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: Programa Bem Mais Saudável, em parceria com Cren (Centro de Recuperação e Educação Nutricional), com acompanhamento de crianças de zero a seis anos, em 40 Centros de Educação em São Paulo, e capacitação de profissionais e familiares; projeto de resgate da cultura do cacau, educação e técnica para pequenos produtores no sul da Bahia promovido pela Care Brasil; capacitação em caprinocultura para catadores de caju no Ceará que mantenham filhos na escola; apoio às ações da Pastoral da Criança; Programa Bom Vizinho, de relacionamento com comunidades vizinhas às fábricas; doação de produtos a bancos de alimentos; marketing relacionado à causa, em parceria com a AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente), que resultou na primeira linha de produto social, a marca Pascoal AACD.

Outras ações em 2006: Programa Maracujá no Presídio Agrícola, com apoio técnico ao cultivo (visando a ressocialização de detentos) e compra da safra para produção de sucos em Araguari (MG); Dia Nacional do Voluntário Kraft, evento anual com ações dos empregados em benefício de mais de 6 mil idosos, crianças e deficientes; apoio ao Núcleo de Estudos sobre Obesidade e Exercícios Físicos da USP na avaliação nutricional de alunos da rede municipal em São Paulo; patrocínio de projetos culturais via leis de incentivo.

Destques do Investimento Social Privado 2007: extensão do Programa Bem Mais Saudável para crianças até 12 anos, com atividades físicas e participação da comunidade; fortalecimento do projeto de geração de renda a produtores de cacau e foco na produção de cacau orgânico; parcerias com órgãos públicos, ONGs e empresas para as ações do Programa Bom Vizinho; renovação da parceria Kraft/AACD para ampliação do Centro de Reabilitação da entidade em São Paulo; Programa de Doações Combinadas (a cada real doado pelo colaborador, a Kraft Foundation equipara a doação).

Responsável: Giselle Sigel – Departamento de Assuntos Corporativos

Tel.: (41) 3314 4124 **e-mail:** assuntos.corporativos@kraftla.com **site:** www.kraft.com

McDonald's Brasil

Fundação nos EUA: 1955

Matriz: Chicago, Illinois Barueri, São Paulo, Brasil



Perfil: subsidiária da maior e mais conhecida empresa de serviço rápido de alimentação do mundo, fundada por Ray Kroc em Des Plaines, estado de Illinois. No Brasil, está presente em 134 cidades, com 1.144 pontos-de-venda: 550 restaurantes, 581 quiosques e 50 unidades de McCafé, que atendem 1,6 milhão de clientes todos os dias. Do total de restaurantes, 120 operam em sistema de franquia, comandados por 64 empresários locais.

Missão: a empresa elegeu quatro compromissos que resumem a essência de sua filosofia. Compromisso com a nossa gente – ser o melhor empregador para as pessoas que escolhem a empresa para trabalhar, oferecendo a elas uma experiência única de desenvolvimento pessoal e profissional. Compromisso com a alimentação – oferecer produtos saudáveis, seguros e de qualidade, que integrem uma dieta nutritiva e balanceada. Compromisso com a comunidade – participar ativamente da vida das comunidades como modelo de bom vizinho e líder em iniciativas em prol da saúde, educação e esporte. Compromisso com o Brasil – investir continuamente no desenvolvimento econômico social e ambiental do país.

Funcionários: 1,6 milhão no mundo e 35 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1979

Áreas de atuação de Investimento Social Privado em 2006: assistência social, desenvolvimento comunitário, esportes, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: doação ao Instituto Ronald McDonald dos recursos arrecadados com a venda do sanduíche Big Mac, descontados alguns impostos, no McDia Feliz, maior mobilização nacional pelo combate ao câncer infanto-juvenil; repasse de parte do valor de venda do McLanche Feliz ao Instituto Ronald McDonald, destinada aos projetos das instituições cadastradas que combatem o câncer infanto-juvenil; realização do Programa Bom Vizinho, que, por meio de uma competição solidária, estimula os funcionários a promoverem ações na comunidade voltadas para as áreas de saúde, esporte e educação (entre as ações, doação de sangue, apoio à vacinação infantil e ao combate à dengue, incentivo à leitura e doação de livros, além da arrecadação de brinquedos e de roupas); atuação do personagem Ronald McDonald em apresentações para crianças e adolescentes em hospitais, escolas, creches.

Outras ações em 2006: realização do InterMcDonald's–*O Globo*, competição esportiva estudantil com alunos do ensino médio no Rio de Janeiro (RJ), apoiada pelo jornal carioca; licenciamento das marcas McDia Feliz, Ronald McDonald, Dia Mundial das Crianças, Instituto Ronald McDonald e Casa Ronald McDonald, com repasse ao Instituto dos recursos obtidos; visitas de funcionários a instituições apoiadas pelo Instituto em sua localidade.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: fortalecimento do Programa Bom Vizinho; continuidade do McDia Feliz, com repasse de parte do valor do sanduíche Big Mac ao Instituto Ronald McDonald.

Responsável: Daniela Rocha – Publicom Assessoria de Comunicação

Tels: (11) 3531-4974 / 5505-1628 **e-mail:** drocha@publicom.com.br **site:** www.mcdonalds.com.br



Instituto Ronald McDonald

Fundação no Brasil: 1999

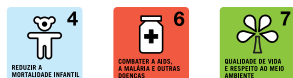
Perfil: tem como objetivo propiciar mais chances de cura e qualidade de vida para crianças e adolescentes com câncer de todo o Brasil. Para isso, identifica as demandas prioritárias no combate ao câncer infanto-juvenil, desenvolve programas e apóia diversas iniciativas que aumentam a abrangência e qualidade do tratamento. Para o cumprimento de seus objetivos, o Instituto Ronald McDonald, que atua nacionalmente, mobiliza a comunidade e integra vários agentes de combate ao câncer infanto-juvenil, gerando e disseminando conhecimento, captando e destinando recursos que propiciam atendimento de qualidade a crianças e adolescentes com câncer e seus familiares.

Missão: propiciar com dignidade e conforto tratamento às crianças e aos adolescentes com câncer no Brasil.

Funcionários: 20 fixos

Área de atuação do Investimento Social Privado em 2007: saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio a 81 projetos de 69 instituições brasileiras, viabilizando construções e reformas de centros de oncologia pediátrica, ambulatórios, salas de quimioterapia e casas de apoio; implementação da Ciope (Central Informatizada de Oncologia Pediátrica), gerenciada pela Sobope (Sociedade Brasileira de Oncologia Pediátrica) e do consultório especializado em oncologia ocular do Inca (Instituto Nacional do Câncer); patrocínio a congressos e fóruns sobre oncologia pediátrica e ao 13º Congresso de Voluntários e Instituições de Apoio à Criança e ao Adolescente com Câncer.

Outras ações em 2006: realização do primeiro *workshop* de capacitação das instituições, abordando temas como elaboração de projetos e prestação de contas; coordenação do Programa Casas Ronald McDonald no Brasil; gerenciamento do processo para licenciamento da Associação Projeto Crescer e do Graacc como Casas Ronald McDonald; ampliação do Programa de Embaixadores, em que franqueados McDonald's são nomeados embaixadores do Instituto Ronald McDonald e se tornam seus representantes em suas localidades; continuidade do McDía Feliz e da campanha dos cofrinhos, superando mais uma vez as metas estabelecidas; ampliação do Programa de Coleta do Óleo, pelo qual a coleta e a venda do óleo usado nos restaurantes McDonald's são revertidas para a causa; inovação com parceria com o estilista Alexandre Herchcovitch, que criou uma camiseta exclusiva para o Instituto e reverteu percentual da venda de seu bazar anual; parceria com a Icatu Hartford, para implementação da campanha Doação Premiada.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: inauguração de duas novas Casas Ronald McDonald; desenvolvimento, abertura do edital e seleção das instituições participantes para a fase piloto do Programa Diagnóstico Precoce do Instituto Ronald McDonald; elaboração e distribuição às instituições apoiadas do Manual de Projetos, ferramenta útil para sua atuação; realização de auditoria nos projetos apoiados pelo Instituto, fortalecendo o processo de controle e acompanhamento dos mesmos.

Responsável: Ana Nicolini – Instituto Ronald McDonald

Tel.: (11) 2176-3850 **e-mail:** ananicolini@instituto-ronald.org.br **site:** www.instituto-ronald.org.br

Merck Sharp & Dohme Farmacêutica Ltda.

Fundação nos EUA: 1891

Matriz: Nova Jersey, Nova Jersey Campinas, São Paulo, Brasil



Perfil: subsidiária da Merck & Co. Inc., uma das maiores indústrias farmacêuticas mundiais, com 31 fábricas e 17 centros de distribuição em 25 países, dedica-se à pesquisa, desenvolvimento e comercialização de medicamentos e vacinas. Além de fazer parte das indústrias que produziram a penicilina em larga escala, sintetizou as vitaminas B6 e B12, inovou no tratamento cardiovascular, do colesterol, da Aids, da dor e inflamação e produziu a primeira vacina contra o câncer de colo de útero.

Missão: graças ao desenvolvimento de inovações e soluções que melhoram a qualidade de vida e atendem as necessidades dos clientes, iremos fornecer produtos e serviços superiores à comunidade; aos funcionários, trabalho com significado e oportunidades de desenvolvimento; aos investidores, uma taxa superior de retorno.

Funcionários: 59.800 no mundo e 700 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1952

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, comunicações, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro a entidades na execução de projetos de educação em saúde ou melhoria da vida de pacientes; compra de itens de serviço de ONGs que reverterem o valor da compra para benefício social; capacitação de professores em meio ambiente e ações educativas com crianças (trilhas ecológicas, material didático); preservação do rio Atibaia (plantio de mudas, limpeza de margens, teatro); doação de remédios de combate à oncocercose ou “cegueira do rio” nos ianomâmis; investimento no Programa Jovens Embaixadores, da Embaixada Americana, com viagem de intercâmbio a estudantes brasileiros de escolas públicas que têm perfil de liderança.

Outras ações em 2006: doação ao IQE (Instituto Qualidade no Ensino), que forma professores; doação ao Fundo de Amparo à Criança e ao Adolescente; doações de computadores, móveis, remédios e livros a hospitais, escolas, universidades e entidades; ações de voluntariado, como criação de plano de comunicação para o IQE, palestras sobre negócios para jovens, doações a organizações que cuidam de crianças, com *one-to-one match* (a cada real doado pelo voluntariado, a empresa doa outro).

Destques do Investimento Social Privado em 2007: intensificação do treinamento de professores e alunos em meio ambiente; lançamento da Agendinha 21 para disseminar conceitos de sustentabilidade; consolidação do grupo de voluntariado com avaliação crítica e novas propostas; doação à ONG Integrare, que indica como fornecedores da empresa grupos excluídos na sociedade; recursos para o Projeto de Restauro Florestal “Floresta Mais Unidos”, iniciativa da Embaixada Americana; continuidade do investimento no Programa Jovens Embaixadores.

Responsável: Viviane Mansi – Departamento de Comunicação

Tel.: (11) 5189-7701 **e-mail:** viviane_mansi@merck.com **site:** www.msd-brazil.com

Microsoft Informática Ltda.**Fundação nos EUA:** 1975**Matriz:** Redmond, Washington São Paulo, São Paulo, Brasil**Microsoft®**

Perfil: a Microsoft Brasil gera localmente oportunidades diretas na área de tecnologia a mais de 18 mil empresas e 495 mil profissionais. A cada real ganho pela empresa no país, são gerados outros 12,57 reais em receita para empresas que usam as plataformas e serviços da Microsoft, segundo a consultoria IDC (International Data Corporation). Com um modelo baseado em inovação, a companhia investe no desenvolvimento e na integração de tecnologias que capacitam pessoas e empresas a atingirem seu potencial pleno.

Missão: capacitar pessoas e negócios para atingirem seu potencial pleno.

Funcionários: 91 mil no mundo e 520 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1989

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, assistência social, comunicações, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: doação de licença de software e de dinheiro a ONGs que capacitam jovens em tecnologia e têm parceria com o poder público; fornecimento de infra-estrutura para ajudar professores e alunos do ensino público a usarem tecnologia como ferramenta pedagógica e de gestão (prêmios, replicação de soluções práticas, gerenciamento de salas de informática, revalidação de licenças); investimento em pesquisa e promoção de inovação tecnológica em universidades; programa de incentivo à aquisição de PC por microfinanciamento.

Outras ações em 2006: promoção da Imagine Cup e da Imagine Cup Cidadania, competições de projetos inovadores em tecnologia para estudantes de baixa renda; campanha de orientação sobre ambiente seguro na internet para usuários domésticos e crianças; ações de voluntariado para prover instituições sociais com tecnologia (parceria com Ashoka); arrecadação pelos voluntários de livros, agasalhos e CDs doados a instituições assistenciais.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: reintegração de ações e projetos já existentes; em nível mundial, divisão do Programa Potencial Ilimitado, de inclusão digital de jovens, em três áreas: transformar a educação, incentivar a inovação e gerar oportunidades e empregos.

Responsável: Alcely Strutz Barroso – Consultoria de Investimentos Sociais

Tel.: (11) 5504-2174 **e-mail:** v-alcemb@microsoft.com **site:** www.microsoft.com.br

Monsanto do Brasil Ltda.

Fundação nos EUA: 1901

Matriz: Saint Louis, Missouri São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: empresa de ponta no desenvolvimento de produtos para o setor agrícola, com três áreas de atuação: sementes convencionais, biotecnologia em sementes e herbicidas. Atualmente, investe cerca de US\$ 2 milhões por dia em pesquisas no mundo. No Brasil, iniciou atividades comercializando matérias-primas para a agricultura e hoje possui avançados complexos industriais. Entre as 29 unidades estão 14 centros de pesquisa, seis de armazenagem e processamento de sementes, duas fábricas e três escritórios.

Missão: trabalhamos no sentido de oferecer produtos e soluções para os produtores de alimentos, bem como para ajudá-los a alcançar seus objetivos de forma a: preencher as crescentes necessidades de alimentos e fibras; preservar os recursos naturais; melhorar o meio ambiente. Assumimos o compromisso de dobrar a produção de alimentos utilizando menos recursos naturais e ajudando os agricultores por meio de nossas tecnologias.

Funcionários: 17 mil no mundo e 2 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1951

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, defesa de direitos, desenvolvimento comunitário, educação, esportes, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio a programas da ONG Inmed de combate a parasitoses em crianças e de criação de hortas comunitárias (treinamento de professores e merendeiras e atividades com os alunos); aplicação de noções de cidadania, saúde e meio ambiente em escolas de Camaçari e Dias D'Ávila (BA) (capacitação de docentes, criação de cooperativas de reciclagem, doação de livros); oferta de material didático (revistas, pôsteres) a escolas e oficinas para alunos e professores sobre agricultura e preservação ambiental; bolsa de estudos de curso universitário a estudantes afrodescendentes de baixa renda; em Salvador (BA): financiamento de leitos para crianças com câncer no Hospital Martagão Gesteira; em Camaçari (BA): palestras e exames preventivos para mulheres de baixa renda, preservação de águas subterrâneas, desenvolvimento de talentos musicais de 7 a 14 anos; em São José dos Campos (SP): aulas de esportes a público infantil e da terceira idade, gincanas, conscientização sobre meio ambiente, plantio de árvores, promoção do Conselho Consultivo Comunitário (fórum para discussões de temas relevantes da cidade); em São Francisco Xavier (SP): capacitação técnica de jovens em produção agrícola sustentável; sessões gratuitas de cinema em 34 cidades do Brasil (CineMonsanto).

Outras ações em 2006: apoios a pesquisa do Fundo para a Conservação da Onça-Pintada, ao Projeto Menor Aprendiz (para ingresso de jovens no mercado), ao Centro de Formação José Lélis, da ONG Ação Moradia (cultivo de hortas, cursos profissionalizantes, entre outros), à Fundação Hélio Augusto de Souza (atividades educacionais em meio ambiente, segurança e saúde) e a sua Brigada Mirim de Meio Ambiente, e ao Projeto Cidade dos Meninos (recursos, sementes de milho e computadores) de Campinas (SP); investimento na implantação da Reserva Natural Serra do Tombador (GO); aulas de empreendedorismo para jovens, após treinamento dos funcionários pela ONG Jr. Achievement; doações a creches e abrigos de idosos; dezenas de ações e doações feitas pelo Grupo Força Solidária, de funcionários voluntários em Camaçari (BA).

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: implantação de novos projetos: plantio de 1.350 mudas de árvores nativas em São José dos Campos (SP); palestras de meio ambiente à comunidade escolar em Não-Me-Toque (RS); educação de agricultores no entorno do Parque Nacional das Emas, em Goiás e Mato Grosso, para prática de agricultura e pecuária sustentáveis; ampliação do projeto Adote um Leito e do apoio à Brigada Mirim de Meio Ambiente da Fundhas; recursos para o Projeto de Restauro Florestal "Floresta Mais Unidos", iniciativa da Embaixada Americana.

Responsável: Christiane Cralcev Bracco – Depto. de Comunicação e Responsabilidade Social

Tel.: (11) 3383-8141 **e-mail:** cbracc@monsanto.com **site:** www.monsanto.com.br



Nalco Brasil Ltda.

Fundação nos EUA: 1928

Matriz: Naperville, Illinois São Paulo, São Paulo, Brasil

Perfil: líder mundial em aplicações para tratamento de águas, qualidade do ar de interiores e melhoria de processos, opera em 130 países oferecendo serviços, produtos e equipamentos aos mais diversos segmentos industriais e institucionais. No Brasil, é líder em serviços para qualidade do ar de interiores, neutralização de odores e controle e monitoramento da bactéria *Legionella*. Atua no país em vários mercados: indústrias de alimentos, bebidas, automotivas, aeroespaciais, mineração, papel, petróleo, aço, geração de energia, metalurgias, refinarias, prédios, hospitais, escolas e municípios.

Missão: esforçamo-nos em ser líder mundial comprovado em nossos segmentos de mercado – reconhecidos por nossas operações de classe mundial, sólido crescimento e desempenho financeiro –, proporcionando soluções dinâmicas e integradas que melhoram os produtos dos nossos clientes e otimizam suas operações.

Funcionários: 11 mil no mundo e 600 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1970

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, educação, meio ambiente e saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: doação em dinheiro a unidade de tratamento oncológico pediátrico de hospital de Salvador (BA); doação de equipamentos a escola, creche e prefeitura em Suzano (SP) e Maceió (AL); campanha, palestra e plantio de árvores no Dia da Árvore; mobilização de funcionários voluntários em trabalhos comunitários no entorno das instalações da fábrica.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: início de apoio financeiro à United Way Brasil (ex-ACJ, Associação Caminhando Juntos), que atua na qualificação da juventude popular urbana para sua inclusão no mercado de trabalho; atuação do voluntariado em atividades comunitárias promovidas pela United Way Brasil, como a mobilização Um Dia Caminhando Juntos.

Responsável: Shirley Gouveia – Departamento de Recursos Humanos

Tel.: (11) 5644-6606 **e-mail:** sgouveia@nalco.com **site:** www.nalco.com.br

Nextel Telecomunicações Ltda.

Fundação nos EUA: 1994

Matriz: Reston, Virginia São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: a Nextel é uma operadora de telecomunicações móveis, focada no mercado corporativo. Subsidiária da NII Holdings, oferece serviços em comunicação digital sem fio e em telefonia móvel digital. A empresa proporciona uma completa solução de comunicação móvel, que integra no mesmo aparelho os serviços de rádio digital, telefonia móvel digital e transmissão de dados. No Brasil, está presente em 235 cidades dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás e Distrito Federal.

Missão: prover aos nossos clientes uma experiência superior em soluções de telecomunicações.

Funcionários: 11.175 no mundo e mais de 3.500 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1997

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, desenvolvimento comunitário, educação, esportes, meio ambiente.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: aulas de canto coral a crianças de escolas públicas e instituições assistenciais do Rio de Janeiro (SP) e São Paulo (SP); palestras sobre meio ambiente à comunidade próxima à empresa; doações em dinheiro para Instituto Ayrton Senna, Associação de Amigos do Menor pelo Esporte Maior, Espaço Logos de Cidadania Consciente; doações de mercadorias a diversas instituições filantrópicas e escolas públicas; prêmios a estudantes do ensino público em reconhecimento ao bom desempenho escolar.

Outras ações em 2006: programa de voluntariado com foco em educação e no bem-estar de crianças pobres ou em situação de vulnerabilidade, com várias ações, como pintura e reforma de escolas, doações de kits de material escolar, kits de higiene, agasalhos, alimentos, brinquedos, móveis, promoção de passeios culturais, festas e campeonatos esportivos.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: criação do Instituto Nextel, que atua na capacitação de jovens e adultos em situação de risco social e desenvolve o Projeto Conexão Direta com o Futuro, com foco na formação integral de jovens para o mercado formal de trabalho; consolidação do Ensaio Nextel, com aulas de coral a crianças de escolas públicas do ensino fundamental, e do Programa Nosso Ambiente, de conscientização ambiental; contratação de técnicos da área social para desenvolvimento de ações; definição de indicadores de avaliação para todos os projetos executados, incluindo o do Instituto Nextel.

Responsável: Wandreza Roque – Departamento de Coordenadoria de Ação Social

Tel.: (11) 2145-1813 **e-mail:** wandreza.roque@nextel.com.br **site:** www.nextel.com.br

Nike do Brasil

Fundação nos EUA: 1971

Matriz: Portland, Oregon Barueri, São Paulo, Brasil



Perfil: maior criadora, fabricante, vendedora e distribuidora mundial de artigos para atletas, entre tênis e roupas, e de equipamentos e acessórios desenvolvidos para vários tipos de atividades físicas e de esportes, como corrida, basquete, futebol, baseball e modalidades olímpicas.

Missão: levar inspiração e inovação a cada atleta no mundo.

Funcionários: 30 mil no mundo e 350 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1999

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: defesa de direitos, educação, esportes, saúde

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: doação de produtos para prática esportiva a crianças e jovens do Instituto Bola pra Frente, do Clube dos DescalSOS/Caixa e do Instituto Fernanda Keller; doação de produtos, construção de quadra e pagamento de salário a professores da Fundação Gol de Letra; doação de vestuário para a Librra (Liga Brasileira de Basquete de Rua), via Cufa (Central Única de Favelas), além de reforma de quadra poliesportiva na Cidade de Deus (RJ); doação de uniformes para participação do time brasileiro de moradores de rua na Homeless World Cup, sob coordenação da Ocas (Organização Civil de Ação Social); apoio financeiro da Nike Foundation ao Instituto Promundo, em ações educacionais de saúde reprodutiva e sexual a jovens de três comunidades de baixa renda no Rio de Janeiro (RJ).

Outras ações em 2006: auxílio da Nike Foundation à Pacific Institute for Women's Health, no desenvolvimento de estratégias para empoderar adolescentes brasileiras do Nordeste; contribuição da Nike Foundation para a International Planned Parenthood Federation/Western Hemisphere Region na discussão sobre as Oito Metas do Milênio e favorecimento à liderança e à participação ativa de mulheres jovens.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: criação da Rede Esporte pela Mudança Social, em parceria com o Pnud, para incentivar no Brasil o crescimento de projetos sociais que têm o esporte como foco; criação de centro de tecnologia na favela do Coliseu, em São Paulo (SP), e construção de quadra poliesportiva, em parceria com a NBA e com participação da Cufa; patrocínio à pesquisa A Mulher e o Esporte, realizada pelo Instituto Noos, que identificou no Rio de Janeiro (RJ) e em São Paulo (SP) barreiras e incentivos à prática esportiva de adolescentes e mulheres; criação da ferramenta virtual Me Deixa Jogar, com ofertas de trabalho voluntário no Brasil; realização de *workshop* de *design* por funcionários voluntários para jovens de Cidade de Deus (RJ); recursos para o Projeto de Restauo Florestal "Floresta Mais Unidos", iniciativa da Embaixada Americana.

Responsável: Renata Affonso – Departamento de Responsabilidade Social

Tel.: (11) 2166-6344 **e-mail:** renata.affonso@nike.com **site:** www.nike.com



Saúde para uma vida melhor

Laboratórios Pfizer Ltda.

Fundação nos EUA: 1849

Matriz: Nova York, Nova York Guarulhos, São Paulo, Brasil

Perfil: fundada por Charles Pfizer e Charles Erhart, é uma das maiores indústrias farmacêuticas mundiais, com presença em 150 países e 48 unidades fabris. Pesquisa, desenvolve e comercializa medicamentos para saúde humana e animal, nas seguintes áreas: cardiologia, sistema nervoso central, dor e inflamação, saúde da mulher e do homem, oncologia, oftalmologia, anti-infecciosos e endocrinologia.

Missão: nós nos tornaremos a companhia mais valorizada do mundo para pacientes, clientes, colegas, investidores, parceiros comerciais e as comunidades onde trabalhamos e vivemos.

Funcionários: 87 mil no mundo e 1.900 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1952

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à organizações do Terceiro Setor, assistência social, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: capacitação em caprinocultura para famílias de pequenos produtores rurais que se comprometem a manter os filhos na escola, no semi-árido da Bahia; profissionalização de jovens no Piauí para criação de suínos e aves; capacitação de técnicos de saúde e parteiras da aldeia indígena Pankararu, em Pernambuco; programa de combate à gravidez indesejada entre adolescentes do Vale do Ribeira (SP), reinserção de pacientes com transtornos mentais por meio de trabalhos artesanais, em Guarulhos (SP).

Outras ações em 2006: conscientização de educadores e estudantes sobre preservação do meio ambiente em Guarulhos (SP), ações de voluntariado no Programa Voluntários Pfizer, com três vertentes: ContAção de Histórias (para crianças hospitalizadas); Programa de Fortalecimento de Gestão para ONGs de HIV/Aids; e Grupo Saúde Total (doação de alimentos para mais de 60 entidades).

Destques do Investimento Social Privado em 2007: implantação do Projeto Cores da Vida, que visa resgatar a auto-estima de crianças e adolescentes com câncer e de suas famílias por meio de oficinas de arte e ações nas áreas de saúde e educação; prioridade de investimento nos projetos Cabra Escola, na Bahia, Jovem Produtor, no Piauí, e Cores da Vida, em São Paulo; recursos para o Projeto de Restauo Florestal "Floresta Mais Unidos", iniciativa da Embaixada Americana.

Responsável: Cristiane Santos – Departamento de Comunicação Corporativa

Tel.: (11) 5185-3988 **e-mail:** cristiane.s.santos@pfizer.com **site:** www.pfizer.com.br

Procter & Gamble do Brasil

Fundação nos EUA: 1837

Matriz: Cincinnati, Ohio São Paulo, São Paulo, Brasil



Perfil: a maior empresa de produtos de consumo do mundo, está presente em 140 países, possuindo operações em 80 deles. No Brasil, atua nos segmentos de higiene pessoal, limpeza e saúde, com um portfólio de marcas de sabão em pó, fraldas, absorventes, pomada, xampus, colorações para cabelos, xaropes, linha de lâminas e aparelhos de barbear e depilar, desodorantes, higiene bucal, entre outros.

Missão: oferecer produtos e serviços de qualidade superior, que melhorem as vidas dos consumidores, agora e para as futuras gerações.

Funcionários: 138 mil no mundo e 2.700 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1988

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2007: assistência social, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro à United Way Brasil (ex-ACJ, Associação Caminhando Juntos), que atua na qualificação da juventude popular urbana para sua inclusão no mercado de trabalho; doação de produtos (fralda, xampu, condicionadores, detergentes em pó, móveis e equipamentos de informática) para Agência Adventista de Desenvolvimento e Recursos Assistenciais (em várias partes do país) e, em São Paulo, para Ação Comunitária, Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Hospital Albert Einstein, Associação Cultural Comunitária Pró-Morato, Associação Obra do Berço e Associação Santa Cecília (também recebeu roupas, brinquedos e cestas de Natal); ajuda financeira a campanhas educativas da Associação Parceira Contra as Drogas dirigidas a adolescentes.

Outras ações em 2006: doação de materiais de informática na Campanha Megajuda, promovida pelo Comitê pela Democratização da Informática e Câmara Americana de Comércio (SP); atuação do voluntariado em atividades comunitárias com jovens, promovidas pela United Way Brasil, como a mobilização Um Dia Caminhando Juntos; promoção por voluntários de campanha de venda de ovos de Páscoa da Associação Santa Cecília na empresa, com arrecadação em benefício de crianças e adolescentes da instituição.

Destques do Investimento Social Privado em 2007: ampliação de apoio financeiro à United Way Brasil e de doações de produtos a várias entidades sociais.

Responsável: Michele Colombo – Departamento de Relações Externas

Tel.: (11) 3748-0264 **e-mail:** colombo.m.2@pg.com **site:** www.pg.com/pt_BR

Qualcomm Serviços de Telecomunicações Ltda.**Fundação nos EUA:** 1985**Matriz:** San Diego, Califórnia São Paulo, São Paulo, Brasil

Perfil: Qualcomm Incorporated é líder no desenvolvimento e fornecimento de produtos e serviços inovadores de comunicação digital sem fio. Com atuação global, a Qualcomm fornece produtos, serviços e soluções para fabricantes de dispositivos sem fio, operadoras de telefonia celular, desenvolvedores de aplicações e empresas de diversos segmentos. A Qualcomm faz parte do S&P 100 Index, do S&P 500 Index e é uma empresa listada na Fortune500 2008, sendo negociada na bolsa Nasdaq sob o símbolo QCOM.

Funcionários: 15 mil no mundo e 12 no Brasil**Início das atividades no Brasil:** 1995**Área de atuação do Investimento Social Privado em 2006:** educação.**ODM em que investiu em 2006:**

Principal ação em 2006: concessão de bolsas de doutorado a profissionais da área de engenharia eletrônica na Escola Politécnica da USP (Universidade de São Paulo), por meio de convênio firmado com a FDTE (Fundação para o Desenvolvimento Tecnológico da Engenharia).

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: continuidade do projeto de apoio a doutorandos; recursos para o Projeto de Restauo Florestal "Floresta Mais Unidos", iniciativa da Embaixada Americana que consistiu no plantio de árvores na Área de Preservação Permanente do ribeirão do Feijão, em São Carlos (SP).

Responsável: Francisco Giacomini Soares – Departamento de Relações Governamentais**Tel.:** (61) 3329-6147 **e-mail:** fsoares@qualcomm.com **site:** www.qualcomm.com.br

Rigesa Celulose, Papel e Embalagens Ltda.

Fundação nos EUA: 1846

Matriz: Richmond, Virgínia – Campinas, São Paulo, Brasil



Perfil: subsidiária da MeadWestvaco Corporation (fusão da Mead e da Westvaco), presente em 29 países, é produtora global líder em embalagens, papéis revestidos e especiais, materiais de escritório e produtos ao consumidor, além de produtos químicos especiais, atendendo a setores como alimentação e bebidas, cosméticos e farmacêutico, entre outros. Atua no mercado brasileiro de papel e embalagens de papelão ondulado, papel-cartão e plásticos semi-rígidos.

Missão: antecipar e atender as necessidades do mercado, fornecendo soluções diferenciadas em embalagens, papéis, produtos florestais e serviços, com inovação, qualidade e excelência operacional, agregando valor aos acionistas, clientes e fornecedores. Assegurar a sustentabilidade da empresa por meio de uma gestão responsável, que contribua para o desenvolvimento dos colaboradores e das comunidades onde atua, orientada pelos mais elevados padrões de ética, responsabilidade social, respeito ao meio ambiente e ao indivíduo.

Funcionários: 30 mil no mundo e 2.500 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1942

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: assistência social, comunicações, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente e saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: educação ambiental para professores e alunos (cursos, livros, jogos, jornal, trilhas interpretativas); doação de mudas e fomento ao manejo sustentável para produtores do ramo madeireiro; conscientização ambiental de população próxima a igarapés no Amazonas; doações (aos Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, Fundação O Boticário, hospitais com atendimento infantil, universidades e entidades beneficentes, cooperativas de reciclagem); apoio a formação de jovens em informática.

Outras ações em 2006: ações de saúde (patrocínio a cartilha antidrogas e a atividades de prefeituras, produção de boletins para rádios sobre vida saudável); doação de alimentos, roupas e material escolar a orfanatos e lares de idosos pelo Programa de Voluntariado da Comunidade Rigesa (ProgrAMAR), com *one-to-one match* (a cada real arrecadado pelos funcionários, a empresa doa outro); peças de teatro de funcionários voluntários para a comunidade sobre segurança, qualidade de vida e meio ambiente.

Destques do Investimento Social Privado em 2007: consolidação de ações educacionais de preservação ambiental para professores e alunos; continuidade do incentivo ao manejo sustentável e distribuição de mudas a produtores do ramo madeireiro; doação financeira para aquisição de equipamento ao Centro Infantil Boldrini, em Campinas (SP); patrocínio a programas de saúde; recursos para Projeto de Restauo Florestal "Floresta Mais Unidos", da Embaixada Americana.

Responsável: Desirée Colucci Martini – Departamento de Comunicação Corporativa

Tel.: (19) 3707-4161 **e-mail:** desiree.martini@rigesa.com.br **site:** www.rigesa.com.br

Rohm and Haas Química Ltda.**Fundação nos EUA:** 1909**Matriz:** Filadélfia, Pensilvânia São Paulo, São Paulo, Brasil

Perfil: pioneira global na criação e desenvolvimento de tecnologias inovadoras e soluções para a indústria de materiais especiais. Suas tecnologias atendem uma ampla gama de mercados, incluindo construção, indústria eletrônica, conservação de alimentos, produtos de limpeza, processos industriais, embalagens e papel, farmacêutico e hospitalar, transporte e água.

Funcionários: 17 mil no mundo e 160 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1953

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: educação, formação para o trabalho, meio ambiente.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: apoio financeiro à United Way Brasil (ex-ACJ, Associação Caminhando Juntos) e participação de voluntários nas atividades de qualificação da juventude popular urbana para sua inclusão no mercado de trabalho; Projeto Sementes, curso de conservação do meio ambiente para crianças de Jacareí (SP), ministrado por voluntários.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: Reciclar Vale a Pena, curso de qualificação sobre reciclagem para professores do ensino fundamental de Jacareí (SP), ministrado por funcionários; Projeto Cores, revitalização da pintura de três edifícios históricos de Jacareí (SP), realizada por voluntários; aumento de participação de voluntários no Um Dia Caminhando Juntos, ação comunitária promovida pela United Way Brasil.

Responsável: Lissette Amado (Departamento de Comunicação)

Tel.: (11) 5112-9125 **e-mail:** lamado@rohmmaas.com **site:** www.rohmmaas.com



Visteon Sistemas Automotivos Ltda.

Fundação nos EUA: 1997

Matriz: Van Buren Towns, Michigan Guarulhos, São Paulo, Brasil

Perfil: subsidiária da Visteon Corporation, fornecedor global de tecnologia em sistemas de climatização, interiores, eletrônicos e iluminação para a indústria automotiva e o mercado de reposição e acessórios. Originária da divisão de eletrônicos da Ford Motor Company, chegou ao Brasil como Philco-Ford, passou a se chamar FIC (Ford Indústria e Comércio) em 1986 e adquiriu mundialmente a marca atual em 1997.

Missão: servir os clientes do mercado mundial de veículos, por meio de nossos negócios principais (*core business*). Aplicar a nossa inteligência automotiva – pessoas, engenharia inovadora, presença global e um conhecimento profundo do veículo e seus componentes – para criar produtos diferenciados e negócios lucrativos. Buscar a excelência operacional que enfatize segurança, qualidade, eficiência e rapidez. Assegurar que os funcionários tenham *empowerment*, isto é, poder de decisão com responsabilidade, para que apliquem toda energia e dedicação na solução dos problemas enfrentados por nossos clientes. Construir uma rede de relacionamento com parceiros e fornecedores sustentáveis, comprometidos e interligados à nossa empresa. Agregar valor para o acionista por meio do crescimento lucrativo e promover melhorias de margens e de fluxo de caixa.

Funcionários: 41 mil no mundo e 2.500 no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1972

Áreas de atuação de Investimento Social Privado em 2006: assistência social, cultura e artes, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: patrocínio incentivado à publicação e doação de livros a escolas e capacitação de professores da rede pública, em parceria com a Fundação DPaschoal; apoio financeiro a programa da ONG Inmed Brasil para plantio de hortas em escolas; patrocínios incentivados a cursos de dança para pessoas com deficiência ou em risco social realizados pela Avape (Associação para Valorização e Promoção de Excepcionais) e ao Grupontapé de Teatro, que resgata, na comunidade próxima à empresa, a cultura, a cidadania e o respeito à diversidade; investimento nas ações da Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon.

Outras ações em 2006: doação ao Fumcad (Fundo Municipal da Criança e do Adolescente) de Guarulhos (SP); doação de verba obtida com reciclagem de materiais nas instalações da empresa para entidades assistenciais do entorno; estímulo entre as funcionárias à doação de leite materno para o Banco de Leite Humano, em Guarulhos (SP), e criação de espaço interno na empresa para coleta.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: ver destaques da Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon.

Responsável: Ana Célia Gonzalez – Departamento de Recursos Humanos

Tel.: (11)2678-7944 **e-mail:** acelia@visteon.com **site:** www.evisteon.com.br

Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon

Fundação no Brasil: 1988



Perfil: um dos braços do Investimento Social Privado da empresa, a Associação tem como meta desenvolver e fortalecer entidades sociais e, para isso, realiza doações financeiras e organiza campanhas para instituições beneficentes do entorno da companhia, além de contar com a atuação dos funcionários como voluntários em projetos. Mantida com recursos da Visteon e de seus funcionários, trabalha com *one-to-one match* (a empresa dobra o valor investido pelos funcionários), e também recebe verbas do Visteon Fund – programa mundial da empresa, que contribui para o desenvolvimento da criança e do adolescente.

Missão: ser praticável por qualquer pessoa. Baixo investimento. Foco na comunidade local. Continuidade no processo.

Funcionários: 13 fixos

Áreas de atuação de Investimento Social Privado em 2006: assistência social, educação, formação para o trabalho, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: patrocínio a jovens estudantes da rede pública em cursos profissionalizantes do Senai, como eletricidade e sistema de som; adesão ao Programa Jovem Cidadão, do governo do estado de São Paulo, com formação para o trabalho dentro da empresa, voltada a jovens da rede pública (dicas de currículo, postura em entrevistas, informática, língua portuguesa, passeios culturais); adoção da Escola Estadual Maria Hilda Ornelas de Oliveira, em Guarulhos (SP), com capacitação dos alunos e professores e melhoria dos recursos físicos e pedagógicos, por meio de adesão ao Programa Parceiros da Educação, criado pelo Ciesp (Centro das Indústrias do Estado de São Paulo) e desenvolvido pela ONG Crescer Sempre; participação de voluntários em projeto da ONG Jr. Achievement, que leva noções do mundo dos negócios a jovens alunos da escola pública.

Outras ações em 2006: em Guarulhos (SP): doação em dinheiro e de equipamentos recebidos de terceiros às Casas André Luiz, doação financeira e de materiais à Maternidade Jesus José e Maria e financeira à Associação Moiras de Ecoterapia; em Camaçari (BA): doações em dinheiro à D'Artes (Associação dos Artistas e Artesões de Dias d'Ávila) e à Creche Nossa Senhora do Amparo; em Manaus (AM): doação financeira à Casa Mamãe Margarida; doações e realização de festas em datas comemorativas em entidades beneficentes de Guarulhos e zona leste de São Paulo (SP), que cuidam de crianças, adolescentes ou idosos; adesão de funcionários voluntários a campanha de doação de sangue a hospitais da rede pública na Grande São Paulo.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: adesão ao Programa Aprendiz Legal – que promove capacitação profissional e educacional a jovens de 14 a 24 anos em parceria com instituições como Ciee (Centro de Integração Empresa-Escola) e Senai – e fim da participação no Programa Jovem Cidadão, do governo do estado de São Paulo; continuidade da adesão ao Programa Parceiros da Educação, com melhorias nos recursos físicos e pedagógicos da Escola Estadual Maria Hilda Ornelas de Oliveira, em Guarulhos (SP); suspensão de doações à Casa Mamãe Margarida em Manaus (AM) e à D'Artes (Associação dos Artistas e Artesões de Dias d'Ávila).

Responsável: Ana Célia Gonzalez – Departamento de Recursos Humanos

Tel.: (11) 2678-7944 **e-mail:** acelia@visteon.com **site:** www.evisteon.com.br

Wal-Mart Brasil Ltda.**Fundação nos EUA:** 1962**Matriz:** Bentonville, Arkansas Barueri, São Paulo, Brasil

Perfil: fundada por Sam Walton, a rede varejista tem 7.416 lojas em 14 países. No Brasil, possui 320 unidades, opera com quatro diferentes formatos de loja e nove bandeiras: hipermercados (Supercenter, Hiper Bompreço e BIG), supermercados (Nacional, Mercadorama e Bompreço), mercado de vizinhança (Todo Dia) e atacado (Maxxi Atacado e Maxxi Distribuição e SAM'S CLUB). Há, ainda, serviço de venda *online* (em algumas regiões do Sul do país), farmácias, postos de gasolina, cafés e restaurantes.

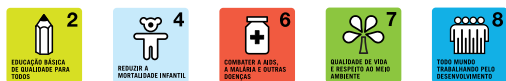
Missão: vendemos por menos para as pessoas viverem melhor.

Funcionários: 2 milhões no mundo e 70 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1995

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, assistência social, cultura e artes, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: investimentos com foco na criança: Dia Wal-Mart pela Criança; Campanha Adote uma Criança, da Fundação Abrinq; Oficina de Música Unibes Wal-Mart; Carreta da Criança Segura; Vacinação contra a Pólio, premiação para o corpo de voluntariado (Prêmio do Voluntariado Wal-Mart Brasil), realização de *one-to-one match* (para cada doação do voluntariado, a empresa faz uma doação equivalente), promoção de iniciativas de doação (livros, brinquedos, comida, agasalhos), envolvendo clientes de suas lojas, além de seus funcionários.

Outras ações em 2006: apoio a projetos de ONGs e associações (Kinder, Apae e Jr. Achievement), doações para bancos de alimentos, campanhas de meio ambiente e saúde para a comunidade do entorno de seus estabelecimentos.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: lançamento do Dia da Comunidade, com a participação de mais de 6.200 funcionários de 305 unidades do Wal-Mart em todo o país e doação de 30 mil horas de trabalho voluntário. Foi descontinuado o Dia Wal-Mart pela Criança.

Responsável: Selma Moreira – Departamento de Assuntos Corporativos

Tel.: (11) 2103-5798 **e-mail:** scmorei@wal-mart.com **site:** www.walmartbrasil.com.br

Instituto Wal-Mart

Fundação no Brasil: 2005



Perfil: o instituto concentra o investimento social do Wal-Mart Brasil em projetos de desenvolvimento local de médio e longo prazos. Seu objetivo é apoiar programas de geração de renda, capacitação e valorização cultural, para oferecer melhores condições de vida à população em situação de vulnerabilidade social, sobretudo mulheres e jovens, em várias cidades brasileiras. Desde 2005, já financiou pelo menos 45 projetos sociais.

Missão: promover o desenvolvimento de comunidades em situação de vulnerabilidade social, investindo, articulando e apoiando diversas iniciativas.

Funcionários: cinco cedidos pela mantenedora

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: apoio à gestão de organizações do Terceiro Setor, defesa de direitos, educação, formação para o trabalho, geração de trabalho e renda, meio ambiente, saúde.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: Projeto Família Brasileira Fortalecida, em parceria com o Unicef, que leva orientação a comunidades sobre cuidados necessários para a saúde e o desenvolvimento infantil; promoção de frentes de geração de trabalho e renda com jovens e mulheres (resgate de artesanato, oficinas-escolas de costura, aperfeiçoamento de produção e de oferta no mercado); fortalecimento de cooperativas de catadores de resíduos recicláveis; e programas de capacitação com detentos e seus parentes.

Destques do Investimento Social Privado em 2007: ampliação dos vários programas de capacitação de jovens para inserção no mundo do trabalho, assim como de mulheres e de egressos do sistema penitenciário; fortalecimento de cooperativas de catadores; expansão do Projeto Família Brasileira Fortalecida.

Responsável: Selma Moreira – Departamento de Assuntos Corporativos
Tel.: (11) 2103-5798 **e-mail:** scmorei@wal-mart.com **site:** www.iwm.org.br



Whirlpool S.A.

Fundação nos EUA: 1911

Matriz: Saint Joseph, Michigan São Paulo, São Paulo, Brasil

Perfil: subsidiária da Whirlpool Corporation, maior fabricante mundial de eletrodomésticos, formou-se no Brasil a partir da reorganização societária da Multibrás S.A. Eletrodomésticos e da Empresa Brasileira de Compressores S.A. – Embraco. Produz, com as marcas Brastemp e Consul, refrigeradores, freezers, fogões, lavadoras, secadoras, microondas, entre outros. Com a marca Brastemp, fabrica produtos como liquidificadores e processadores de alimentos.

Missão: todos nós, apaixonadamente, criando consumidores leais por toda a vida.

Funcionários: 80 mil no mundo e 18 mil no Brasil

Início das atividades no Brasil: 1994

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: comunicações, defesa de direitos, geração de trabalho e renda.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: investimento no Instituto Consulado da Mulher e atuação como colaboradora em suas atividades; patrocínio ao Programa de Responsabilidade Social no Varejo, desenvolvido pelo Centro de Excelência em Varejo (GVcev) da FGV-SP (Fundação Getúlio Vargas), que premia práticas de responsabilidade social de empresas e de entidades varejistas.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: concepção e planejamento do Programa de Voluntariado da Whirlpool S.A. – Unidade de Eletrodomésticos, lançado em fevereiro de 2008.

Responsável: Luana A. Suzina – Departamento de Comunicação e Responsabilidade Social

Tel.: (11) 3787-6360 **e-mail:** luana_a_suzina@whirlpool.com **site:** www.whirlpool.com.br

Instituto Consulado da Mulher

Fundação no Brasil: 2002



Perfil: principal Investimento Social Privado da Whirlpool S.A., tem como foco a geração de trabalho para mulheres de baixa renda e pouca escolaridade. Conta com equipe dedicada e com a atuação de voluntários para a realização da maioria das suas atividades (oficinas, palestras, aconselhamento, apoio e assessoria a empreendimentos) e promove captação, formação e retenção de voluntariado que vem da comunidade para atuar na instituição.

Missão: contribuir para a cidadania e a emancipação da mulher, por meio da educação continuada, da participação na comunidade, da melhoria da qualidade de ser e de vida, da geração de trabalho e renda e da mudança nas relações de gênero.

Funcionários: 31 fixos

Unidades no Brasil: Joinville (SC), Manaus (AM), Rio Claro (SP), São Paulo (SP)

Áreas de atuação do Investimento Social Privado em 2006: comunicações, defesa de direitos e geração de trabalho e renda.

ODMs em que investiu em 2006:



Principais ações em 2006: campanhas do Dia Internacional da Mulher e do Dia Internacional da Não-violência contra a Mulher, com ações de sensibilização e panfletagem em praças e espaços públicos de Rio Claro (SP), Joinville (SC), São Paulo (SP) e Manaus (AM); Primeira Feira de Economia Solidária, em Rio Claro (SP), com participação de 14 grupos de empreendimentos associativos nas áreas de artesanato, lavanderia e alimentação, que venderam seus produtos, fizeram rodadas de negócios e oficinas de capacitação; confecção do Manual Ser Voluntário, Ser Voluntária, com a sistematização da metodologia de capacitação do voluntariado no instituto.

Destaques do Investimento Social Privado em 2007: foco de 80% das ações na geração de trabalho e renda e 20% em ações para a melhoria da qualidade de vida das mulheres; inauguração de uma unidade do instituto em Manaus (AM); implantação do Programa Usinas do Trabalho, que beneficia, com acesso gratuito a eletrodomésticos e metodologia de gestão, empreendimentos populares e solidários de todo o país, como cozinhas artesanais e semi-industriais e lavanderias.

Outras ações em 2007: doação ao Fundo Angela Borba de Recursos para Mulheres; patrocínio do Femi-na 2007 – Festival Internacional de Cinema Feminino e de DVD sobre a vida de Rose Marie Muraro; doação de produtos Whirlpool a entidades beneficentes; sistematização das metodologias criadas pelo instituto em 14 manuais educativos para equipe e voluntários.

Responsável: Inês Meneguelli Acosta – Diretoria Executiva

Tel.: (11) 3566 1705 **e-mail:** ines_meneguelli@whirlpool **site:** www.consuladodamulher.org.br

Índice remissivo de empresas, institutos e fundações

- 3M 1, 10, 14, 15, 30, 52, 54, 60, 61, 65, 80, 82, 87, 89, 100, 109, 112, 123, 125, 126
- Accenture 1, 10, 14, 15, 52, 56, 62, 96, 100, 107, 108, 110, 113, 123, 127
- AES Eletropaulo 1, 10, 14, 15, 52, 60, 61, 77, 84, 87, 89, 95, 96, 123, 128
- Alcoa 1, 10, 14, 15, 30, 54, 57-59, 66, 80, 90, 95, 96, 110, 112, 123, 129, 130
- Associação Beneficente dos Funcionários da Visteon 1, 30, 31, 123, 178, 179
- Avon 1, 10, 14, 15, 30, 81, 95, 96, 113, 123, 131, 132
- Baxter 1, 10, 14, 15, 56, 83, 96, 100, 112, 113, 123, 133
- Bristol-Myers Squibb 1, 10, 14, 15, 57, 81, 84, 96, 123, 134
- Bunge 1, 10, 14, 15, 30, 58-60, 78, 86, 89, 93, 95, 96, 100, 107, 123, 135, 136
- Cargill 1, 10, 14, 15, 30, 82, 100, 107, 108, 112, 123, 137, 138
- Caterpillar 1, 10, 14, 15, 58, 59-62, 78, 86, 89, 96, 100, 111, 123, 139
- Chevron 1, 10, 14, 15, 52, 58, 60, 78, 89, 95, 113, 123, 140
- Cisco 1, 10, 14, 15, 52, 84, 92, 94, 96, 100, 109, 123, 141
- Citi 1, 10, 14, 15, 54, 56, 58, 62, 89, 91, 92, 95, 96, 100, 107, 108, 111, 113, 123, 142
- Coca-Cola 1, 10, 14, 15, 30, 56, 60, 64, 66, 95, 108, 113, 123, 143, 144
- Cummins 1, 10, 14, 15, 34, 61, 76, 90, 96, 100, 107, 109, 112, 123, 145
- Dell 1, 10, 14, 15, 52, 53, 56, 100, 107, 108, 111, 114, 123, 146
- Dow 1, 10, 14, 15, 52, 55, 58, 60, 61, 77, 84, 88, 90, 94-96, 100, 114, 123, 147
- DuPont 1, 10, 14, 15, 55, 63, 89, 95, 107, 108, 110, 123, 148
- Esso 1, 10, 14, 15, 52, 54, 66, 79, 80, 87, 89, 96, 123, 149
- Fedex 1, 10, 14, 15, 55, 61, 62, 67, 84, 96, 100, 110, 123, 150
- Ford 1, 10, 14, 15, 59, 77, 78, 84, 91, 123, 151
- Fundação Bunge 1, 30, 63, 80, 103, 107, 123, 136
- Fundação Cargill 1, 30, 61, 62, 64, 82, 84, 95, 103, 123, 137, 138
- Fundação Escola de Enfermagem R.W. Johnson 1, 30, 82, 123, 161
- GE 1, 10, 14, 15, 30, 31, 56, 57, 64, 66, 84, 94, 100, 107-109, 114, 123, 152, 153
- GE Volunteers 1, 30, 63, 77, 103, 114, 123, 152, 153
- GM 1, 10, 14, 15, 30, 52, 56, 61, 64, 79, 82, 92, 107, 108, 112, 123, 154, 155
- Goodyear 1, 10, 14, 15, 64, 66, 78, 82, 94, 100, 109, 123, 156
- IBM 1, 10, 14, 15, 52, 53, 61, 65, 77, 83, 88, 92, 95, 100, 107, 112, 123, 157
- Instituto 3M 1, 30, 64, 103, 123, 125, 126
- Instituto Alcoa 1, 30, 114, 123, 130
- Instituto Avon 1, 30, 57, 65, 81, 83, 123, 131, 132
- Instituto Coca-Cola 1, 30, 60, 62, 123, 143, 144
- Instituto Consulado da Mulher 1, 30, 66, 96, 123, 182, 183
- Instituto GM 1, 30, 64, 78, 82, 84, 92, 94, 103, 123, 154, 155
- Instituto Ronald McDonald 1, 30, 57, 59, 81, 96, 114, 123, 165, 166
- Instituto Wal-Mart 1, 30, 54, 56, 66, 67, 93, 95, 103, 123, 181
- Intel 1, 10, 14, 15, 52-54, 61, 79, 80, 83, 100, 123, 158
- International Paper 1, 10, 14, 15, 34, 57, 60, 61, 78-80, 82, 84, 86, 93-95, 123, 159
- Johnson & Johnson 1, 10, 14, 15, 30, 55-57, 67, 68, 82, 84, 85, 89, 93, 107, 108, 123, 160, 161
- Ketchum 1, 10, 14, 15, 94, 110, 123, 162
- Kodak 1, 10, 14, 15, 82, 94, 95, 100, 112, 123, 163
- Kraft 1, 10, 14, 15, 64, 66, 67, 94-96, 100, 111, 114, 123, 164
- McDonald's 1, 10, 14, 15, 30, 58, 59, 96, 107, 109, 112, 114, 123, 165, 166
- Merck Sharp & Dohme 1, 10, 14, 15, 52, 55, 56, 58, 60-62, 79, 84, 85, 88, 95, 110, 111, 123, 167
- Microsoft 1, 10, 14, 15, 52, 53, 62, 80, 83, 92, 110, 111, 123, 168
- Monsanto 1, 10, 14, 15, 52, 54, 56-58, 60, 61, 64, 68, 82, 84, 87, 89, 93-96, 107-109, 123, 169
- Nalco 1, 10, 14, 15, 52, 55, 78, 82, 90, 94, 100, 107, 108, 123, 170
- Nextel 1, 10, 14, 15, 34, 52, 62, 77, 78, 90, 94, 109, 114, 123, 171
- Nike 1, 10, 14, 15, 61, 65, 78, 96, 100, 123, 172
- Pfizer 1, 10, 14, 15, 61, 64, 68, 87, 93, 95, 109, 111, 123, 173
- Procter & Gamble 1, 10, 14, 15, 52, 55, 56, 84, 94, 100, 107, 108, 123, 174
- Qualcomm 1, 10, 14, 15, 79, 123, 175
- Rigesa 1, 10, 14, 15, 52, 58, 61, 82, 84, 86, 87, 89, 94, 95, 107, 111, 123, 176
- Rohm and Haas 1, 10, 14, 15, 55, 88, 100, 107, 108, 123, 177
- Visteon 1, 10, 14, 15, 30, 31, 52, 54, 56, 59, 64, 68, 77, 78, 94-96, 107-109, 111, 123, 178, 179
- Wal-Mart 1, 10, 14, 15, 30, 56-58, 60, 63, 64, 67, 82, 94-96, 100, 107, 108, 111, 113, 114, 123, 180, 181
- Whirlpool 1, 10, 14, 15, 30, 66, 96, 123, 182, 183

Investimento Social Privado dos EUA no Brasil

Uma análise de empresas do Grupo +Unidos

De forma pioneira, esta publicação compila informações sobre o ISP (Investimento Social Privado) promovido por 46 importantes companhias americanas e 13 institutos e fundações mantidos por algumas delas em comunidades espalhadas pelo território brasileiro.

Trata-se de uma amostra do trabalho social do Grupo +Unidos, o qual é composto por 104 empresas nascidas nos Estados Unidos e com atividades no Brasil. O Grupo se formou no segundo semestre de 2006, por iniciativa do embaixador dos Estados Unidos para o Brasil, Clifford Sobel, com apoio da USAID/Brasil (Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional) e da Amcham (Câmara Americana de Comércio).

A pedido da USAID/Brasil, o GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas) analisou cerca de 800 ações sociais realizadas no ano de 2006 pelas 46 companhias e 13 institutos e fundações em foco. Também foram considerados dados de 2007 sobre mudanças estratégicas na condução do ISP.

O presente trabalho deve ser entendido como ponto de partida para uma nova era de investimento social das empresas do Grupo +Unidos, que pretende expandir as parcerias com o Governo brasileiro, para fortalecer a colaboração entre Estados Unidos e Brasil na promoção da prosperidade local e global.