



PLARSE

Programa Latino-Americano de
Responsabilidade Social Empresarial

PLARSE:
A EXPERIÊNCIA
DE UM PROGRAMA
PELA RSE NA
AMÉRICA LATINA





Plarse: a Experiência de um Programa pela RSE na América Latina

é uma publicação do Instituto Ethos.

Programa Latino-Americano de Responsabilidade Social Empresarial (Plarse)

Aliados: Forum Empresa, Fundación Avina, ICCO & Kerk en Actie e Instituto Ethos

Participantes: Adec (Paraguai), Cecodes (Colômbia), Ceres (Equador), Coborse (Bolívia), Deres (Uruguai), larse (Argentina), Instituto Ethos (Brasil), Perú 2021 (Peru) e Unirse (Nicarágua)

Realização

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Rua Dr. Fernandes Coelho, 85 - 10º Piso – CEP: 05423-040 – Pinheiros, São Paulo (SP), Brasil

Tel.: (11) 3897-2400 Fax: (11) 3897-2424

Web: www.ethos.org.br

Coordenação

Paulo Itacarambi e Renato Moya

Redação

Patricia Saito (Costura Sustentável)

Edição

Benjamin S. Gonçalves

Colaboradores (questionários, entrevistas, informações)

Alicia Rolando e equipe do larse (Argentina); Álvaro Bazán e equipe do Coborse (Bolívia); Ana Letícia Silva, Ana Lúcia Custódio, Patrícia Saito, Renato Moya e equipe do Instituto Ethos (Brasil); Caroline da Costa e equipe da ICCO & Kerk en Actie; Cristian Muñoz, Mathias Dietrich e equipe da Unirse (Nicarágua); Diana Fernández, Henri Le Bienvenu e equipe do Perú 2021 (Peru); Eduardo Rotela e equipe da Fundación Avina; Eduardo Shaw e equipe do Deres (Uruguai); Fabrice Hansé e equipe do Ceres (Equador); Sara Talavera e equipe da Adec (Paraguai); Sergio Rengifo e equipe do Cecodes (Colômbia); Yanina Kowszyk e equipe do Forum Empresa.

Apoio institucional

ICCO & Kerk en Actie

Projeto e produção gráfica

Open Box Agência de Ideias

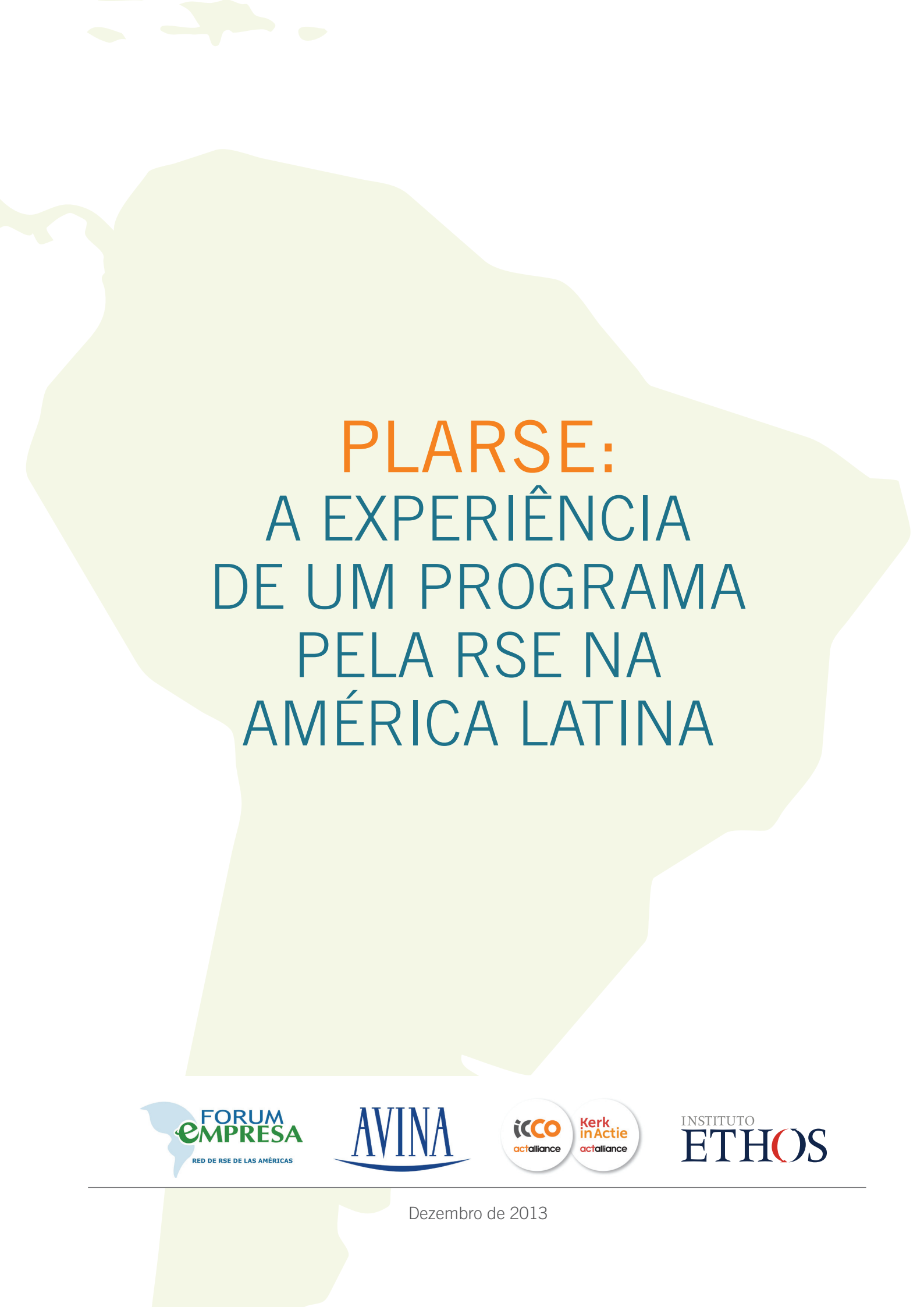
São Paulo, dezembro de 2012

É permitida a reprodução desta publicação, desde que citada a fonte e com autorização prévia do Instituto Ethos.

Esclarecimentos importantes sobre as atividades do Instituto Ethos:

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
2. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos “selo” com essa função.
4. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize a logomarca do Instituto Ethos sem nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Para esclarecer dúvidas ou nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo serviço “Fale Conosco”, do site www.ethos.org.br.



PLARSE: A EXPERIÊNCIA DE UM PROGRAMA PELA RSE NA AMÉRICA LATINA



Dezembro de 2013

PLARSE: UM TRABALHO CONJUNTO PELO FORTALECIMENTO DO MOVIMENTO DE RSE NA AMÉRICA LATINA

Diversas organizações sem fins lucrativos da América Latina com atuação no meio empresarial vêm trabalhando com o conceito de responsabilidade social. Independentemente da estrutura, da estratégia ou do contexto em que estão inseridas, essas organizações têm exercido um papel fundamental e colaboraram para importantes avanços em questões políticas, sociais, ambientais e econômicas em seus respectivos países. Na trajetória da maior parte delas, o compromisso está em estimular as mudanças necessárias nos cenários atuais, de maneira a beneficiar as gerações futuras, e em exercer na prática o caminho em direção ao desenvolvimento sustentável.

vínculos de negócios entre empreendimentos comunitários e uma empresa líder de determinado segmento de mercado dos países envolvidos, que resultasse na criação e/ou ampliação da oferta de oportunidades de trabalho e geração de renda para a comunidade local. Esses três projetos representavam o coração de um programa que buscava garantir um posicionamento da região no que se refere às práticas de RSE.

A coordenação geral do Plarse foi feita por quatro organizações intensamente envolvidas com a RSE e interessadas na troca de experiências proporcionada pelo programa: o Forum Empresa, a Fundación Avina,

**BUSCAMOS SISTEMATIZAR A HISTÓRIA DO PLARSE,
APRESENTANDO OS CAMINHOS TRILHADOS
POR ESSAS ORGANIZAÇÕES, AS OPORTUNIDADES E OS
GANHOS QUE SE ESTABELECEAM COM O PROGRAMA.**

Em 2008, a contribuição de algumas dessas organizações assumiu um novo e importante patamar. Unidas pelo objetivo comum de fortalecer o movimento de responsabilidade social empresarial (RSE) na América Latina e de trocar experiências e informações, elas deram vida a uma iniciativa que tinha como pressuposto um trabalho articulado, interdependente e repleto de desafios e oportunidades: o Programa Latino-Americano de Responsabilidade Social Empresarial (Plarse).

O Plarse começou a ser rascunhado ainda em 2006 e contemplou desde o início três eixos de atuação complementares e fundamentais para a RSE: a utilização pelas empresas de uma base comum de indicadores de responsabilidade social; o relacionamento sistemático com a imprensa para ampliar o debate e a cobertura jornalística sobre o assunto; e um trabalho com foco no combate à pobreza, por meio do estabelecimento de

a ICCO & Kerk en Actie (Organização Intereclesiástica para a Cooperação e Desenvolvimento) e o Instituto Ethos, este último no papel de proponente da iniciativa e também de coordenador executivo dos três eixos propostos. Já as nove organizações de RSE que integraram o programa e o enriqueceram trazendo suas reflexões, contextos locais e conhecimentos foram: Asociación de Empresarios Cristianos (Adec), do Paraguai; Consejo Empresarial Colombiano para Desarrollo Sostenible (Cecodes), da Colômbia; Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (Ceres), do Equador; Fundación Corporación Boliviana de RSE (Coborse), da Bolívia; Deres – Responsabilidad Social Empresaria, do Uruguai; Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (Iarse), da Argentina; Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, do Brasil; Perú 2021, do Peru; e Unión Nica-

ragüense para la Responsabilidad Social Empresarial (Unirse), da Nicarágua.

Esta publicação busca sistematizar a história do Plarse, apresentando os caminhos trilhados por essas organizações, as oportunidades e os ganhos que se estabeleceram com o programa e os dilemas vivenciados na prática durante o processo de implementação dos três projetos.

No **Capítulo 1**, contamos como o Plarse foi sendo desenhado e destacamos as características das organizações participantes, além dos principais acordos firmados entre elas. Também destacamos o papel dos parceiros e da secretaria executiva, as metodologias utilizadas para

o programa possa seguir em frente e ser aperfeiçoado.

E, por fim, no **Capítulo 4**, apresentamos de maneira resumida e didática um passo a passo para a implementação dos três projetos. As ações listadas foram sugeridas às organizações de RSE a partir da experiência do Instituto Ethos no que se refere aos Indicadores de RSE e à RSE nos Meios de Comunicação. No caso do terceiro eixo, o de RSE e Combate à Pobreza, ainda que houvesse uma sugestão de metodologia, a construção foi se dando de maneira gradativa e com a colaboração intensa das organizações.

Nosso objetivo com esta publicação é compartilhar a rica experiência do Plarse, viabilizada pela crença

NOSSO OBJETIVO COM ESTA PUBLICAÇÃO É COMPARTILHAR A RICA EXPERIÊNCIA DO PLARSE, VIABILIZADA PELA CRENÇA DE PESSOAS E ORGANIZAÇÕES COMPROMETIDAS COM O MOVIMENTO DE RSE.

estimular a troca e o compartilhamento de informações e as principais definições dos encontros gerais.

No **Capítulo 2**, será possível conhecer os detalhes dos três eixos – Indicadores de RSE, RSE nos Meios de Comunicação e RSE e Combate à Pobreza – e também acompanhar os passos de cada organização na adaptação e desenvolvimento de suas etapas, considerando o contexto local e a estrutura para coordenar ações em diferentes assuntos.

Já no **Capítulo 3** entram em cena as avaliações das organizações sobre o significado do Plarse em relação à sua importância, ao trabalho em rede, às oportunidades e desafios, aos aprendizados, aos resultados e à sua contribuição para o movimento de RSE na América Latina. A partir do relato feito pelas próprias organizações, destacamos o que a participação no Plarse trouxe de avanços e quais as sugestões de mudanças para que

de pessoas e organizações comprometidas com o movimento de RSE, e também permitir que outros possam inspirar-se nas possibilidades de mudança apresentadas por um trabalho em parceria e pautado por valores comuns. Nosso desejo é contribuir para a criação das bases de uma América Latina mais fortalecida e em profunda conexão com as questões de sustentabilidade.

Aproveitamos para agradecer todo o empenho e esforço das organizações parceiras e participantes do Plarse para reunir as informações aqui disponíveis. Esperamos que o conteúdo apresentado nesta publicação possa traduzir da maneira mais fiel possível o caminho de aprendizados que foi percorrido nestes primeiros cinco anos do programa. Os relatos feitos não trazem dúvidas: o Plarse foi uma grande experiência para todos aqueles que escreveram sua história.

CAPÍTULO 1**O PROGRAMA LATINO-AMERICANO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (PLARSE)** 08**1.1 Contexto** 08**1.2 A estruturação de um programa com três eixos interligados** 10**1.3 As regras colocadas à mesa** 11**1.4 Os principais protagonistas** 12**1.4.1 Uma equipe formada por quatro organizações** 13**1.4.2 As nove organizações de RSE e um objetivo comum** 14**1.5 O processo de troca e compartilhamento de informações** 18**1.5.1 Os resultados dos encontros gerais do Plarse** 19**1.6 Os primeiros e os próximos passos** 20**CAPÍTULO 2****INDICADORES DE RSE, RSE NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E RSE E COMBATE À POBREZA** 22**2.1 Três projetos interdependentes** 22**2.2 Indicadores de RSE** 23**2.2.1 Os acordos para o desenvolvimento de um único padrão de indicadores de RSE** 24**2.2.2 Resultados esperados** 25**2.2.3 Resultados alcançados: a experiência das organizações com os indicadores de RSE (Adec, Cecodes, Ceres, Coborse, Deres, Iarse, Ethos, Perú 2021 e Unirse)** 25**2.3 RSE nos Meios de Comunicação** 31**2.3.1 Os acordos para o desenvolvimento de redes de jornalistas e prêmios de jornalismo** 32**2.3.2 Resultados esperados** 33**2.3.3 Resultados alcançados: a experiência das organizações com a RSE nos meios de comunicação (Adec, Cecodes, Ceres, Coborse, Deres, Iarse, Ethos, Perú 2021 e Unirse)** 34**2.4 RSE e Combate à Pobreza** 39**2.4.1 Os acordos para o desenvolvimento de projetos de combate à pobreza** 41**2.4.2 Resultados esperados** 43**2.4.3 Resultados alcançados: a experiência das organizações com a RSE e o combate à pobreza (Adec, Cecodes, Ceres, Coborse, Deres, Iarse, Ethos, Perú 2021 e Unirse)** 43**2.5 Da teoria à prática** 52

CAPÍTULO 3

O TRABALHO EM REDE NA AMÉRICA LATINA

54

3.1 A avaliação das organizações

54

3.1.1 A importância do Plarse

55

3.1.2 Trabalho em rede

56

3.1.3 Oportunidades

57

3.1.4 Desafios

57

3.1.5 Aprendizados

58

3.1.6 Resultados

59

3.1.7 Contribuição para o movimento de RSE na América Latina

60

CAPÍTULO 4

ORIENTAÇÕES GERAIS PARA IMPLEMENTAÇÃO DOS PROJETOS INDICADORES DE RSE, RSE NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E RSE E COMBATE À POBREZA

62



O PROGRAMA LATINO-AMERICANO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (PLARSE)

“A AMÉRICA LATINA É HOJE O LUGAR MAIS ESTIMULANTE DO MUNDO.”

Noam Chomsky, em entrevista dada ao *La Jornada*, 2009

1.1 Contexto

Era janeiro de 2008 quando, na cidade de São Paulo, aconteceu um momento histórico para o movimento de responsabilidade social empresarial (RSE) na América Latina. Reunidos numa sala, representantes de organizações sem fins lucrativos dedicadas ao tema da RSE e sediadas em sete países (Brasil, Bolívia, Colômbia, Equador, Peru, Paraguai e Nicarágua)¹ deram início conjuntamente a uma ousada estratégia que tinha como objetivo principal promover o fortalecimento da RSE na região por meio do compartilhamento de experiências e pela consolidação de parcerias. Nascia ali, oficialmente, entre diferentes sotaques e nacionalidades, o Programa Latino-Americano de Responsabilidade Social Empresarial (Plarse).

As articulações para a criação de um programa com esse fim começaram ainda em 2006. Na ocasião, o Instituto Ethos aproveitou a realização de sua Conferência Internacional para discutir com a Fundación Avina, a ICCO & Kerk en Actie (Organização Intereclesiástica para a Cooperação ao Desenvolvimento) e o Forum Empresa a estruturação de um trabalho de longo prazo, capaz de agregar os esforços das quatro organizações e com potencial para provocar profundas mudanças no cenário social, econômico e ambiental da América Latina. A esse encontro somaram-se outros promovidos ao longo de 2007, os quais contribuíram para que uma proposta preliminar pudesse ser elaborada e envolveram efetivamente as organizações de RSE interessadas em participar da iniciativa.

É importante destacar que a rodada de diálogos

¹ As organizações de RSE da Argentina e do Uruguai juntar-se-iam mais tarde ao programa.

1.1 Contexto	08
1.2 A estruturação de um programa com três eixos interligados	10
1.3 As regras colocadas à mesa	11
1.4 Os principais protagonistas	12
1.4.1 Uma equipe formada por quatro organizações	13
1.4.2 As nove organizações de RSE e um objetivo comum	14
1.5 O processo de troca e compartilhamento de informações	18
1.5.1 Os resultados dos encontros gerais do Plarse	19
1.6 Os primeiros e os próximos passos	20

ocorrida em 2007 também permitiu aos envolvidos ter contato com o contexto do movimento de RSE na América Latina e avaliar quais eram os aspectos motivadores para o desenvolvimento de um programa com foco na região. A principal conclusão foi decisiva para a continuidade da iniciativa, pois confirmou a existência de uma grande oportunidade de atuação: nos anos anteriores, a RSE havia crescido consideravelmente, tanto na agenda dos empresários quanto na das organizações da sociedade civil. Isso significava que independentemente das diferenças conceituais, estratégicas e metodológicas, havia o interesse comum de utilizar a RSE como um caminho efetivo em direção à sustentabilidade.

Além do crescimento do tema, havia outros fa-

a outras ferramentas internacionais. Em razão de seu uso por boa parte das empresas com operações na América Latina e de seu reconhecimento como uma referência pelas organizações de RSE, os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial apareciam como a principal alternativa. A possibilidade de alinhar conceitos, metodologias e padrões de medição representava um passo decisivo para o fortalecimento do tema na região.

A necessidade de ampliar a troca de experiências em RSE entre os países foi um segundo fator motivador. O conhecimento gerado pelas organizações, o desenvolvimento de práticas exemplares pelas empresas, a riqueza do cenário político e socioeconômico e os avanços, dilemas e oportuni-

REUNIDOS NUMA SALA, REPRESENTANTES DE ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS DEDICADAS AO TEMA DA RSE E SEDIADAS EM SETE PAÍSES (BRASIL, BOLÍVIA, COLÔMBIA, EQUADOR, PERU, PARAGUAI E NICARÁGUA) DERAM INÍCIO CONJUNTAMENTE A UMA OUSADA ESTRATÉGIA QUE TINHA COMO OBJETIVO PRINCIPAL PROMOVER O FORTALECIMENTO DA RSE NA REGIÃO POR MEIO DO COMPARTILHAMENTO DE EXPERIÊNCIAS E PELA CONSOLIDAÇÃO DE PARCERIAS.

tores que justificavam a criação de uma iniciativa como o Plarse, os quais já eram consenso entre as organizações que estavam concebendo o programa. O primeiro desses fatores se relacionava à demanda das empresas, já que muitas delas – com atuação em diversos países – tinham interesse em expandir suas práticas de responsabilidade social na América Latina. A dificuldade estava justamente em coordenar esse trabalho em meio a visões conceituais tão distintas da RSE e contextos culturais, sociais, econômicos e políticos tão díspares. Esses obstáculos, entretanto, poderiam tornar-se uma oportunidade no âmbito do Plarse, por estarem impondo como solução o emprego de um padrão de indicadores de gestão sustentável conectados

dades do movimento representavam informações que até então ficavam concentradas localmente ou eram disseminadas de maneira pontual em grandes eventos, como conferências e seminários. Nesse sentido, o Plarse poderia servir como um catalisador, que abasteceria continuamente os países participantes com informações importantes de experiências que pudessem ser perfeitamente replicáveis em outras realidades.

O terceiro fator era a demanda das organizações de RSE, que, havia alguns anos, buscavam adaptar a seu contexto experiências bem-sucedidas de outros países. Seja reproduzindo e adaptando metodologias, ferramentas e publicações, seja buscando alianças, essas organizações enxergavam

como uma oportunidade a replicação de projetos que envolviam públicos de grande influência para o movimento de responsabilidade social, como os empresários, os jornalistas, os consumidores e os estudantes. O Plarse poderia contribuir para a sistematização de alguns desses projetos, de maneira a potencializar a atuação das organizações de RSE.

Por fim, vem um fator de grande importância para a sustentabilidade financeira das organizações de RSE, que se relaciona com a política de financiamento e de apoio de programas de cooperação internacionais. A existência de desafios comuns em muitos países da América Latina faz com que o financiamento seja, em geral, feito pelas mesmas instituições. Uma atuação mais integrada, por meio do Plarse, poderia significar não só um ganho de escala como também economia de recursos. Vale dizer que essa sinergia poderia representar um posicionamento conjunto por parte das organizações e, por esse motivo, ser mais impactante em termos de resultados com abrangência continental.

Como é possível verificar, o contexto era altamente propício para o desenvolvimento do Plarse. A América Latina, que abriga histórias e cenários tão diversos, apresenta, ao mesmo tempo, dilemas tão semelhantes quando o que está em questão é a RSE. A construção de uma iniciativa por tantas mãos foi permeada por acordos e objetivos de longo prazo. E foi assim que uma aspiração começou a ganhar contornos de um programa latino-americano.

1.2 A estruturação de um programa com tres eixos interligados

Das primeiras conversas em 2006 até o encontro de 2008, em São Paulo, foram quase dois anos. Nesse período, a proposta do Plarse foi sendo elaborada a partir das contribuições dos países e das organizações que atuavam como parceiras na iniciativa: Forum Empresa, Fundación Avina, ICCO & Kerk en

Actie e Instituto Ethos. Em razão do histórico dessas organizações na América Latina, havia o interesse em participar do programa acompanhando o seu desenvolvimento, compartilhando conhecimentos e aportando recursos financeiros.

O contexto e os fatores motivadores apresentados anteriormente estimularam o desenho de uma proposta com duração inicial de três anos (2008-2010), apoiada em três eixos principais, os quais, coordenados de maneira integrada e simultânea, teriam o potencial de fortalecer a atuação das organizações participantes, ampliar a troca de experiências, possibilitar a complementação de uma iniciativa pela outra e, como consequência, ampliar o movimento de RSE.

INDICADORES DE RSE

O primeiro eixo proposto foi a consolidação de uma base comum de indicadores de responsabilidade social, com foco no público empresarial, que permitisse a comparação de dados relacionados às práticas empresariais em RSE entre os países, além do intercâmbio de experiências. A principal característica seria a criação de um conjunto de indicadores com duas partes, uma contendo um questionário geral e igual para todas as organizações e outra que considerasse aspectos específicos a partir da realidade de cada país. Para os participantes do Plarse, a adoção de indicadores de RSE significava a ampliação do diálogo com diversos públicos, além do efetivo apoio às empresas na incorporação da responsabilidade social no âmbito da gestão.

RSE NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

O desenvolvimento sustentável exige, para além da participação das empresas, que outras esferas, como a sociedade e o governo, também

incorporem a responsabilidade social em seus processos. Assim, o segundo eixo foi apoiado num público indutor que, por meio de suas atividades, é capaz de influenciar opiniões e comportamentos: a imprensa. A estruturação de redes de jornalistas locais teria como objetivo discutir com esses profissionais as características, oportunidades e dilemas do movimento de RSE, bem como trazer à tona casos empresariais exemplares e também emblemáticos. O reconhecimento a uma cobertura jornalística qualificada sobre o assunto viria por meio de uma segunda iniciativa para este público: um prêmio de jornalismo, que seria desenvolvido paralelamente e permitiria às organizações identificar os profissionais envolvidos com a RSE e ter um levantamento de temas e setores mais abordados.

RSE E COMBATE À POBREZA

O terceiro e último eixo era de fundamental importância para o contexto do movimento de RSE na América Latina e representava um grande desafio para as organizações envolvidas, tanto em termos estruturais quanto em sua temática. Neste caso, o processo consistia na seleção, pela organização de RSE participante do programa, de uma empresa líder de determinado segmento para que juntas desenvolvessem uma iniciativa com foco no fortalecimento de empreendimentos comunitários e na criação de vínculos de negócios entre esses empreendimentos e a cadeia de valor da empresa. Essa estratégia exigia das organizações de RSE um forte papel de articulação, uma vez que seriam elas as facilitadoras das parcerias e responsáveis por descobrir as oportunidades para tais arranjos multissetoriais. O funcionamento de uma articulação como esta traria impactos positivos para o desenvolvimento local e, nesse sentido, seria de

grande importância para o combate à pobreza e para a inclusão social. A grande novidade aqui é que, diferentemente do eixo dos Indicadores de RSE e do de RSE nos Meios de Comunicação, em que o Instituto Ethos já tinha uma experiência acumulada de dez anos, este não utilizaria uma experiência documentada, mas sim as experiências ainda por sistematizar de todas as organizações. Tratava-se de um objetivo audacioso, mas muito pertinente para compor o terceiro projeto que integraria o Plarse.

1.3 As regras colocadas à mesa

Definido em termos conceituais, o Plarse precisava de um conjunto de acordos que padronizassem sua execução pelos diferentes atores envolvidos: as organizações parceiras responsáveis por sua coordenação (Forum Empresa, Avina, ICCO & Kerk en Actie e Ethos) e as organizações locais de RSE. Tais critérios serviriam não apenas para orientar quem já estivesse no grupo, mas também futuros interessados, além de contemplar em sua concepção uma lógica de funcionamento que pudesse significar um real trabalho em rede, com iniciativas individuais que teriam, a partir de então, impacto no coletivo (no próprio programa e na América Latina).

A proposta, validada pelos parceiros e pelos representantes dos sete países que iniciaram o Plarse, definiu como sendo seu objetivo geral “articular, coordenar e subsidiar um conjunto de ações a serem desenvolvidas pelas organizações participantes do programa, que contribuam para o aprofundamento dos conhecimentos e a ampliação das práticas de responsabilidade social empresarial na gestão dos negócios das empresas e tenham efetivo impacto na redução da pobreza e da desigualdade e na promoção do equilíbrio socioambiental em países da América Latina”.

O fato de contemplar três eixos (Indicadores de RSE, RSE nos Meios de Comunicação e RSE e

Combate à Pobreza) que, conduzidos de maneira interligada, representavam o fortalecimento das organizações participantes e do movimento de RSE na região, exigiu que fosse acordada como regra essencial o aceite à execução simultânea das três iniciativas. Ao aceitar essa condição, a organização também se comprometia com os seguintes objetivos específicos:

1. Utilização de um único padrão de indicadores de RSE na América Latina, com base nos Indicadores Ethos de RSE, formatado de modo a contemplar tanto os aspectos comuns do mercado latino-americano quanto as realidades específicas do mercado de cada país;
2. Ampliação do conhecimento mais aprofundado dos conceitos e práticas de RSE pelos investidores, executivos e trabalhadores das empresas, consumidores, empreendedores e líderes sociais, por meio da maior e melhor cobertura do tema pela mídia regional e local dos países da América Latina;
3. Promoção do combate à pobreza, ampliando e fortalecendo a economia solidária (produção comunitária sustentável de produtos e serviços), por meio da coordenação de ações de cooperação entre diferentes organizações, visando ao fortalecimento das organizações comunitárias e criando vínculos sustentáveis de negócios entre essas organizações e a cadeia de valor das empresas participantes do programa.

Outras condições para as organizações de RSE contemplavam a responsabilidade em elaborar planos e cronogramas locais compatíveis com as orientações do programa, fazer a captação de recursos, estar presente nos encontros gerais e fornecer informações referentes aos avanços das iniciativas.

Por fim, e de maneira a manter acesas as motivações que levaram à criação do Plarse, foram pontuadas algumas premissas que deveriam ser seguidas por todos os participantes:

1. O Plarse tem como papel fortalecer as organizações locais de cada país;
2. A adesão ao programa é livre, mas é fundamental que ele seja desenvolvido em completo alinhamento com a estratégia da organização de RSE local;
3. Em relação aos três eixos, é fundamental a manutenção de um mesmo padrão básico em cada um dos países participantes, para dar unidade ao programa;
4. O programa deverá representar efetiva contribuição para a unificação do movimento na América Latina; e
5. É necessário construir uma metodologia referencial para mercado global.

1.4 Os principais protagonistas

Quando deu seus primeiros passos, no início de 2008, o Plarse foi formado por quatro organizações que atuavam como parceiras na condução da iniciativa e sete organizações de RSE, sendo seis de países da América do Sul (Bolívia, Brasil, Colômbia, Equador, Paraguai e Peru) e um da América Central (Nicarágua).

Entretanto, logo após as primeiras reuniões para troca de experiências, participaram representantes de organizações de outros países que manifestaram interesse em aderir ao grupo. Foi assim que o larse, da Argentina, em 2009, e depois o Deres, do Uruguai, em 2010, entraram no Plarse. A estes dois novos integrantes foi dada a oportunidade de fazer parte de todas as atividades, mas em condições um pouco diferentes das dos demais países. Ambas

as organizações deveriam demonstrar esforços no desenvolvimento de ações nos três eixos, mas, por uma questão de recursos financeiros, havia a limitação da secretaria executiva de promover visitas técnicas por parte dos profissionais envolvidos. Cabia a esses países recolher o máximo de informações possíveis nos encontros realizados.

1.4.1 Uma equipe formada por quatro organizações

Os quatro parceiros envolvidos na coordenação geral da iniciativa teriam como responsabilidade estimular a troca de conhecimentos e experiências entre os países e garantir que metodologias bem-sucedidas – como as dos três projetos integrantes do Plarse – fossem executadas com um formato padrão. Além disso, as parceiras também atuariam como apoiadoras no processo de captação de recursos, tanto para viabilizar as atividades gerais do programa como para as iniciativas dos países.

O Instituto Ethos, em razão de ter sido um dos idealizadores do programa e acumular experiências com resultados comprovados nos temas Indicadores de RSE e RSE nos Meios de Comunicação, propôs-se a fazer a secretaria executiva do Plarse nos três primeiros anos (2008-2010). Nesse período, caberia ao Ethos as seguintes atividades:

- Elaboração de um planejamento de trabalho de maneira a promover o processo de compartilhamento de informações;
- Sistematização de metodologias para apoiar as organizações na implementação dos três eixos;
- Acompanhamento sistemático dos principais dilemas e avanços; e
- Coordenação de um orçamento para manutenção de ações que seriam promovidas pelo programa.

Além de secretaria executiva, o Ethos também seria uma das organizações executoras do Plarse, o que significa que também estaria envolvido com

o desenvolvimento de uma série de atividades dos três eixos, assim como os demais integrantes.

Os parceiros atuaram como uma verdadeira equipe durante o período de existência do programa, uma vez que se esforçaram para trazer e também levar do grupo todo o conhecimento necessário para transformar o Plarse em uma iniciativa com impactos e abrangência continentais. Cada um com sua *expertise* e conhecimentos possibilitou ao Plarse dar seus primeiros passos, amadurecer e seguir seu caminho de efetiva contribuição para o movimento de RSE.



FORUM EMPRESA | www.empresa.org

O fato de ser uma rede com foco na promoção da RSE no continente americano e incluir entre seus associados 20 organizações empresariais, presentes em 17 países da região, tornou indispensável a participação do Forum Empresa nesta iniciativa. Além de fornecer aos participantes subsídios sobre o contexto da RSE, compartilhar experiências e promover parcerias para a execução de projetos comuns, o Forum Empresa poderia ser um grande aliado para a disseminação de informações e metodologias do programa para outros países interessados. Assim, seria possível que, enquanto a iniciativa se desenvolvesse, outras organizações pudessem adaptá-la a seus respectivos contextos.



FUNDACIÓN AVINA | www.avina.net

Tendo como missão contribuir para o desenvolvimento sustentável da América Latina – ao incentivar a construção de parcerias entre líderes sociais e empresariais e iniciativas coletivas de grande potencial transformador – a Avina não somente colaborou com a idealização do Plarse como investiu recursos financeiros nas atividades dos projetos Indicadores de RSE e RSE nos Meios de Comunicação. A existência de alianças da Avina com diversas entidades, iniciativas e redes, além da presença de líderes da equipe em quase todos os países integrantes do Plarse, permitiu que o trabalho fosse elaborado e desenvolvido de uma maneira muito coordenada, em total sinergia com os próprios objetivos dessa organização.



ICCO & KERK EN ACTIE | www.icco.nl

Uma das principais questões da América Latina, comum a todos os países participantes do Plarse, era desenvolver uma iniciativa que tivesse como foco o combate à pobreza. Sendo a ICCO & Kerk en Actie uma organização que há mais de 50 anos tem esse tema como diretriz e também dá ajuda financeira e assessoria a organizações, redes e empreendedores engajados na construção de um mundo sem pobreza e mais justo, coube a ela trazer sua expertise para o Plarse e apoiar as organizações no desenvolvimento de projetos locais conectados com essa missão. A ICCO foi a financiadora das atividades do projeto RSE e Combate à Pobreza.



INSTITUTO ETHOS | www.ethos.org.br

Um dos cinco fundadores do Forum Empresa, o Instituto Ethos tem desenvolvido, ao longo dos anos, projetos, programas, grupos de trabalho e pactos bem-sucedidos que envolveram diversos públicos com as principais questões do movimento de RSE. Essa experiência acumulada despertou o interesse de organizações de RSE dos países da América Latina e, assim, o Instituto Ethos não somente propôs a realização do Plarse como se ofereceu para assumir a secretaria executiva nos três primeiros anos. Além de fazer a coordenação executiva do programa, o desafio seria também executá-lo e ser capaz de traduzir para as demais organizações quais eram os passos que estavam levando o Brasil a tornar-se uma liderança fundamental do movimento da RSE na América Latina.

1.4.2 Nove organizações de RSE e um objetivo comum

Tendo como objetivo fortalecer o movimento de responsabilidade social empresarial na América Latina, a proposta do Plarse foi apresentada pelo Instituto Ethos e pela Fundación Avina em 2007, na reunião anual dos associados do Forum Empresa, visando à adesão de expressivas organizações de RSE que, em seus respectivos países, já desempenhassem um importante papel no relacionamento com empresários, governo e sociedade civil. Assim, passaram a compor o Plarse nove organizações de RSE estabelecidas em diferentes cenários, mas todas comprometidas com a missão de tornar a responsabilidade social um caminho efetivo em direção à sustentabilidade.

Vale ressaltar que uma das maiores riquezas do Plarse foi a efetiva contribuição dos inúmeros pro-

fissionais envolvidos com o seu desenvolvimento e seus resultados. Apesar das diferenças de posicionamento, estrutura e recursos, todas as organizações participantes, sem exceção, estavam comprometidas com uma meta comum e desafiadora, que era a ampliação do movimento de RSE na América Latina. Vamos, então, conhecer algumas características dessas protagonistas, lembrando que no **Capítulo 2** será possível obter informações mais detalhadas sobre o desenvolvimento dos três eixos por cada uma delas.



**ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS CRISTIANOS (ADEC)
PARAGUAI | www.adec.org.py**

Organização de empresários com um histórico de mais de 30 anos de atuação no Paraguai, a Adec tem como objetivo promover a transformação pessoal do empresário e o fortalecimento da sociedade civil, além de estimular a cultura empresarial de excelência e a RSE.

Integrada ao Plarse desde seu início, em 2008, a Adec recebeu, em Assunção, o último dos encontros gerais do programa, realizado em 2011. Em seu site, é possível encontrar links que direcionam para os Indicadores Adec-Ethos de RSE e para o seu projeto RSE y Medios (www.adec.org.py/rseymedios).



**CONSEJO EMPRESARIAL COLOMBIANO
PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (CECODES)
COLÔMBIA | www.cecodes.org.co**

Criado em 1993 por empresários colombianos preocupados com o desenvolvimento e o futuro do seu país, o Cecodes tem como missão orientar as empresas para a implementação de práticas com foco na sustentabilidade, colaborar com o governo em políticas relativas ao assunto e ser um centro de informações sobre desenvolvimento sustentável para países de língua espanhola.

A Colômbia representou um caso à parte para o Plarse, pois a primeira organização disposta a participar do programa precisou ser substituída, por questões internas relativas ao desenvolvimento dos três eixos. Por isso, o Cecodes passou a integrar o Plarse somente em 2010 e está em processo de desenvolvimento dos projetos. A Red de Periodistas por el Desarrollo Sostenible de Colombia pode ser acessada em www.comunicacionsostenible.co.



**CONSORCIO ECUATORIANO
PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL (CERES)
EQUADOR | www.redceres.org**

Rede composta por empresas e organizações que promovem o conceito e as melhores práticas de RSE no Equador, o Ceres conta com parceiros nacionais e internacionais e tem entre suas funções a gestão do conhecimento e a realização de pesquisas sobre RSE. Um de seus objetivos é facilitar o diálogo construtivo entre diferentes setores da sociedade.

A participação no Plarse se deu desde o início, em 2008. Em seu site, na seção “Serviços”, há informações sobre os Indicadores Ceres-Ethos de RSE e sobre a Red de Periodismo Responsable.



FUNDACIÓN CORPORACIÓN BOLIVIANA DE RSE (COBORSE)

BOLÍVIA | www.coborse.org

Criada em 2004 como rede e estabelecida em 2007 como fundação, a Coborse tem como objetivo a construção de uma sociedade boliviana justa e sustentável, a partir da gestão responsável, do exercício cidadão das empresas localizadas na Bolívia e da adoção dos princípios do Pacto Global da ONU (iniciativa da qual a Coborse é a rede local na Bolívia).

A organização está no Plarse desde 2008 e lançou os Indicadores Ethos-Coborse de RSE, bem como a Red Coborse de Periodistas e a primeira edição do Premio Coborse de Periodismo (componentes do projeto de RSE nos Meios de Comunicação). Em seu site, é possível fazer o download dos Indicadores Ethos-Coborse, em formato PDF.



DERES – RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA URUGUAI | www.deres.org.uy

Organização que busca promover a responsabilidade social empresarial no Uruguai, tanto do ponto de vista conceitual como de sua aplicação prática, a Deres quer ser reconhecida como líder e referência do tema da RSE. Sua missão é fazer com que as empresas uruguaias desenvolvam uma gestão inclusiva e sustentável.

O interesse da Deres pelo Plarse começou em

2009, mas seu envolvimento efetivo foi iniciado em 2010. A organização deu seus primeiros passos nas atividades para o desenvolvimento dos Indicadores de RSE, reunindo grupos de trabalho e realizando seminários.



Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria

INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (IARSE)

ARGENTINA | www.iarse.org

Com sede na cidade de Córdoba, desde 2002 o IARSE tem desenvolvido diversas atividades com o objetivo de se tornar um centro de referência nacional em RSE. Produz ferramentas de gestão, estimula o trabalho em rede e o intercâmbio de experiências entre empresas que têm a responsabilidade social como um valor.

Iniciou sua participação no Plarse em 2009. O fato de já trabalhar com indicadores de RSE facilitou o trabalho da organização com a ferramenta. Assim, no mesmo ano em que ingressou no programa, o IARSE lançou a versão impressa dos Indicadores Ethos-IARSE, disponível em seu site. Em 2010, a organização iniciou os trabalhos no eixo RSE nos Meios de Comunicação, com a Red Argentina de Periodistas por la RSE (<http://redperiodistasrse.wordpress.com/>).



INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

BRASIL | www.ethos.org.br

Criado em 1998 por um grupo de empresários, o Instituto Ethos tem como missão ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente respon-

sável, de modo a torná-las parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa. Seus mais de 1.400 associados são companhias de diferentes setores e portes, às quais o Ethos fornece informações sobre RSE por meio de publicações, ferramentas, palestras, prêmios, grupos de trabalho, projetos, sites e uma conferência realizada anualmente.

Além de executar os três projetos do Plarse, o Instituto Ethos atuou na secretaria executiva do programa. Os projetos Indicadores de RSE e RSE nos Meios de Comunicação são iniciativas do instituto com mais de dez anos de existência e grande credibilidade junto às empresas, a jornalistas brasileiros e internacionais e às organizações de RSE da América Latina participantes do Plarse. No site www.ethos.org.br, é possível acessar os Indicadores Ethos de RSE – que estão sendo atualizados para uma nova geração (integrados a novas ferramentas, temas e iniciativas) – e também acompanhar o processo de desenvolvimento do programa RSE na Mídia (www.ethos.org.br/rsenamidia), que em sua 12ª. edição promoveu seminários dentro dos veículos de comunicação. A participação no Plarse começou ainda em 2006, por meio de diálogos com outras organizações para proposição do programa.



PERÚ 2021

PERU | www.peru2021.org

Organização liderada por empresários, a Perú 2021 trabalha desde 1994 para a difusão e promoção da responsabilidade social como metodologia de gestão empresarial. O objetivo é que a empresa se transforme em agente de mudança para alcançar o desenvolvimento sustentável no Peru.

A organização integra o Plarse desde 2008. Por meio do seu site, é possível ter acesso aos Indica-

dores Ethos-Perú 2021 de RSE, bem como à página especialmente criada para a Red de Periodistas de Responsabilidad Social Perú 2021 (www.peru2021.org/redperiodistasrs/).



UNIÓN NICARAGÜENSE PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (UNIRSE)

NICARÁGUA | www.unirse.org

Criada em 2005, a Unirse é composta por empresas, fundações e pessoas que têm como objetivo comum promover a RSE como uma nova forma de fazer negócios. Para a organização, as empresas precisam equilibrar os pilares econômico, social e ambiental e reconhecer a importância dos diferentes públicos com os quais se relacionam.

Já no início das conversas para integração ao Plarse, em 2008, a Unirse foi eleita como representante, no âmbito do programa, da Red Centroamericana para la Promoción de la RSE, atual Red para la Integración Centroamericana por la RSE (IntegraRSE), formada por seis instituições de RSE da América Central: a Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED), da Costa Rica, o Centro para la Acción de la RSE en Guatemala (CentraRSE), da Guatemala, a Fundación Empresarial para la Acción Social (Fundemas), de El Salvador, a Fundación Hondureña de RSE (FundahRSE), de Honduras, a SumaRSE, do Panamá, e a própria Unirse.

Assim, coube à Unirse o papel fundamental de compartilhar o conhecimento obtido no Plarse com as demais organizações. O fato de a Red Centroamericana já trabalhar com Indicadores de RSE (IndiCARSE) tornou incompatível o processo de integração de dados latino-americanos com dados

centro-americanos ou específicos da realidade da Nicarágua). A organização está seguindo com as atividades do projeto RSE nos Meios de Comunicação. Em seu site, é possível obter mais informações sobre o Premio InformaRSE.

1.5 O processo de troca e compartilhamento de informações

Com proposta validada, parceiros, critérios de funcionamento e organizações representativas de RSE, só faltava ao Plarse definir como seria um dos seus principais instrumentos de trabalho: o processo de troca e compartilhamento de conhecimentos, informações e experiências.

Todos os participantes tinham certeza de que o sucesso do programa dependeria da capacidade de diálogo, do consenso em boa parte das decisões e de uma estrutura que garantisse o trabalho em rede, permitindo que uma organização pudesse aprender sistematicamente com a outra. Nesse sentido, cabia ao Instituto Ethos, como secretaria executiva, propor algumas estratégias. E cabia a todas as organizações transformar tais estratégias em ações contínuas para a manutenção do ritmo das atividades.

ENCONTROS GERAIS

A partir desse raciocínio, o Plarse estabeleceu a necessidade de encontros gerais presenciais, com a participação de todas as organizações, os quais seriam realizados duas vezes por ano, de maneira a otimizar os recursos financeiros para deslocamento dos representantes a outros países. Essas ocasiões seriam a Conferência Ethos Internacional e a Conferência Interamericana de Responsabilidade Social Empresarial (CSRAMéricas), promovida pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), por meio de seu Fundo Multilateral de Investimentos (Fumin), em razão da importância desses eventos no calendário da

RSE. Nos encontros gerais, seriam estabelecidos momentos de diálogo entre os países e também reuniões de governança (neste caso, envolvendo os quatro parceiros na condução da iniciativa).

RODADAS DE AVALIAÇÃO DO PROGRAMA

Com o objetivo de levantar os principais avanços e dilemas vivenciados pelas organizações de RSE no desenvolvimento dos três eixos do Plarse e na relação com questões gerais do programa, eram promovidas em todos os encontros gerais rodadas de avaliação. Com essas informações, era possível ao grupo trocar experiências, compartilhar soluções e buscar ajuda conjuntamente. Uma ata deveria ser redigida, de maneira a possibilitar aos participantes lembrar-se dos pontos acordados e facilitar o acompanhamento aos que não pudessem estar presentes.

TELECONFERÊNCIAS

A distância entre os países e a necessidade de trocar informações à medida que os três eixos estavam sendo desenvolvidos, exigiu conversas por telefone e por Skype com regularidade. Era uma maneira eficaz e sem custos de tirar dúvidas e atualizar a todos sobre os avanços e dilemas de cada organização. Teleconferências eram realizadas também entre os parceiros na condução do programa.

PLANEJAMENTO E SISTEMATIZAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Durante o tempo de desenvolvimento do Plarse, foram produzidos diversos documentos relativos ao programa e a seus três eixos, em geral arquivos de planejamento e sistematização, bem como outros que contemplavam informações de-

talhadas sobre o progresso das iniciativas, cartas de compromisso, orçamentos e informações divulgadas localmente. A ferramenta de e-mail possibilitou que tais documentos pudessem ser trocados instantaneamente entre as organizações.

VISITAS TÉCNICAS

No papel de secretaria executiva, o Instituto Ethos se comprometeu em disponibilizar integrantes de sua equipe para realizar visitas técnicas a cada um dos países participantes a fim de apresentar as principais características dos eixos Indicadores de RSE, RSE nos Meios de Comunicação e RSE e Combate à Pobreza. Esses representantes aproveitariam a oportunidade para apoiar a organização na elaboração de planos de trabalho, orçamentos e visitas a possíveis parceiros e patrocinadores.

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS

A equipe do Instituto Ethos e profissionais brasileiros da Rede Ethos de Jornalistas também foram envolvidos em eventos promovidos pelas organizações de RSE integrantes do programa. Sua participação ocorria em geral em eventos abertos, para abordar a RSE e o próprio Plarse. Os jornalistas eram convidados a contar sua experiência no projeto de RSE nos Meios de Comunicação desenvolvido no Brasil, bem como na cobertura do tema feita no país.

SITE DO PLARSE

Em 2009, foi colocado no ar o site do Plarse (www.plarse.org), com informações institucionais sobre o programa e destaque para as organizações de RSE participantes. Seu objetivo era ser uma ferramenta que reunisse notícias a respeito dos avanços dos projetos

em cada país, além de divulgar o programa e permitir seu acompanhamento por outras organizações interessadas.

1.5.1 Os resultados dos encontros gerais do Plarse

Incluindo a oficina inaugural realizada pelo Plarse em 2008, em São Paulo, foram promovidos, no total, seis encontros gerais do programa, que se realizaram entre as edições da Conferência Ethos e da conferência CSRAmericas. Os países que receberam encontros gerais foram o Brasil, a Colômbia, o Uruguai e o Paraguai.

Os encontros sempre representavam excelentes momentos de troca, pois geravam muitos debates e traziam à tona dilemas e oportunidades que muitas vezes eram comuns a todas as organizações. Nas próximas páginas, um breve relato das principais decisões e acordos validados nessas reuniões.

Para o futuro do Plarse, ficou acordado que a secretaria executiva, sob a coordenação do Instituto Ethos, seria prorrogada até maio de 2012, quando uma nova organização assumiria a função. Foi sugerida uma segunda fase para o programa, incluindo novos temas, projetos e organizações, o que revelava a vontade dos presentes de dar continuidade à iniciativa. Quatro equipes de trabalho foram compostas e se responsabilizaram por propostas nos seguintes temas: captação de recursos, sistematização de experiências/comunicação, objetivos e estrutura. Essa divisão de trabalho e outras ações promovidas ao longo do programa visavam permitir que as organizações de RSE pudessem aproveitar seus conhecimentos em determinados temas, propor atividades e definir gradativamente quais seriam os novos atores que iriam assumir a coordenação dessa iniciativa latino-americana.

JANEIRO DE 2008**Primeira oficina do Plarse em São Paulo, Brasil**

Nesta oficina, foi dado o pontapé inicial para os trabalhos do Plarse. As organizações de RSE participantes puderam se apresentar e conhecer em detalhes as principais etapas do programa, tanto em linhas gerais como no que se referia aos três projetos. Ficou estabelecido naquela oportunidade que as quatro organizações parceiras sempre se reuniriam, em algum momento durante os encontros gerais, no que denominaram “reuniões de governança”, para discutir dilemas centrais e questões de funcionamento do programa.

DEZEMBRO DE 2008**Encontro geral em Cartagena, Colômbia (CSRAméricas – Fumin/BID)**

Depois da oficina realizada em janeiro, este foi o primeiro encontro em que já era possível às organizações trazer questões mais práticas em relação ao programa. Em razão da crise financeira mundial, que abalou as economias de todo o planeta entre 2008 e 2009, os participantes fizeram um rápido balanço dos impactos em seus respectivos países. Também apresentaram dilemas e oportunidades em cada um dos eixos e fizeram avaliações coletivas de como estava o andamento do Plarse até aquele momento.

JUNHO DE 2009**Encontro geral em São Paulo, Brasil (Conferência Ethos)**

Realizado durante a Conferência Ethos 2009, este encontro foi significativo à medida que trouxe as primeiras ações concretas desenvolvidas pelo Plarse. As iniciativas haviam saído do papel, começavam a ganhar ritmo e também passaram a envolver outros públicos e permitir parcerias. Nessa ocasião, a secretaria executiva fez o lançamento do site do Plarse.

1.6 Os primeiros e os próximos passos

O Plarse durou mais do que os três anos previstos inicialmente (2008-2010). Esse período representou o desenvolvimento de uma primeira etapa do programa, na qual se estruturou uma forma de trabalho e foram identificados quais seriam os atores envolvidos, os pontos de convergência e até mesmo os elementos incompatíveis, os quais, justamente por isso, traduziam o espírito de uma iniciativa tão rica, que não se propunha a omitir as diferenças, mas buscava reforçar como crença comum a im-

portância estratégica do movimento de RSE para a América Latina.

Após diálogos, reflexões, encontros e trocas de experiências tão valiosas, o Plarse deixa como herança a possibilidade de continuação de um trabalho em rede que pode ser aprimorado e que pode contemplar novos temas, novas estruturas de trabalho e, mesmo, outros parceiros. Esse desejo foi manifesto, inclusive, no último encontro realizado no Paraguai, mas sua concretização dependerá do esforço conjunto das organizações, atuais ou novas, que apostarem numa segunda etapa.

NOVEMBRO DE 2009



Encontro geral em Punta del Este, Uruguai (CSRAméricas – Fumin/BID)

Em razão da proximidade do prazo final de execução do programa, previsto para dezembro de 2010, o encontro no Uruguai buscou envolver as organizações em novos compromissos, de maneira a tornar possível a concretização, nos doze meses seguintes, dos objetivos inicialmente acordados. Os quatro parceiros na coordenação da iniciativa – Forum Empresa, Fundación Avina, ICCO & Kerk en Actie e Instituto Ethos – também estabeleceram uma divisão de trabalho para apoiar e fazer o acompanhamento das organizações de RSE com relação à implementação dos três eixos.

MAIO DE 2010



Encontro geral em São Paulo, Brasil (Conferência Ethos)

Todas as organizações participantes apresentaram seus avanços na execução dos projetos. Em alguns casos, foram feitas adaptações de etapas, por questões culturais, históricas ou políticas, mas sem perder as linhas gerais que foram compartilhadas entre o grupo e permitiriam chegar aos resultados acordados.

Embora as organizações estivessem em diferentes estágios de desenvolvimento, era consenso que a prática dos três eixos estava ajudando no fortalecimento do papel de cada uma em seu respectivo país. A secretaria executiva validou com os presentes novos planos de ação até a data final do programa (dezembro de 2010).

MAIO DE 2011

Encontro geral em Assunção, Paraguai (CSRAméricas – Fumin/BID)

Foi o último encontro geral reunindo as organizações de RSE integrantes do Plarse. Antes de sua realização, o Instituto Ethos contratou uma empresa de consultoria para, no período de setembro de 2010 a janeiro de 2011, promover uma pesquisa de avaliação dos três primeiros anos do Plarse junto às organizações de RSE. A pesquisa foi apresentada na reunião por uma consultoria do Paraguai e, além de avaliar o programa como um todo, também trouxe questões específicas dos três eixos. O objetivo era tentar traduzir o sentimento das organizações participantes e levantar seus dilemas, oportunidades, críticas e sugestões. Também entrou em pauta como seria a continuidade do programa, uma vez que estava se encerrando o período de secretaria executiva do Instituto Ethos.

No **Capítulo 2**, iremos explorar em detalhes as características dos eixos Indicadores de RSE, RSE nos Meios de Comunicação e RSE e Combate à Pobreza. Será possível conhecer o que era esperado em cada um dos projetos e as próprias organizações vão relatar o que foi feito, os resultados alcançados, as principais dificuldades e, especialmente, quais são as perspectivas de futuro.

INDICADORES DE RSE, RSE NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E RSE E COMBATE À POBREZA

“NA AMÉRICA LATINA, SÓ TEMOS DUAS SAÍDAS: SER RESIGNADOS OU SER INDIGNADOS. E EU NÃO VOU ME RESIGNAR NUNCA.”

Darcy Ribeiro

2.1 Três projetos interdependentes

No **Capítulo 1** relatamos todo o esforço empreendido pelas organizações de RSE e parceiras para estruturar as bases de funcionamento do Plarse. Conforme foi possível observar, houve a necessidade de um período de diálogos intensos para a construção de alinhamentos e para a validação dos principais compromissos. A partir do consenso nessas etapas, o passo seguinte consistiu em dar ritmo à execução dos três principais projetos que integrariam o programa: Indicadores de RSE, RSE nos Meios de Comunicação e RSE e Combate à Pobreza.

Conforme detalhamos anteriormente, esses três eixos não passaram a compor o Plarse por acaso. Em primeiro lugar, eles refletiam naquele momento a própria demanda do contexto de RSE na América Latina. Segundo, eles eram interdependentes, já que a ação de um tinha o potencial de fortalecer a implementação do outro. E, terceiro, integravam o rol de iniciativas bem-sucedidas desenvolvidas pelo Instituto Ethos há mais de dez anos. Ou seja, para a definição das estratégias, foi levada em consideração a experiência e os resultados acumulados, especialmente nos temas Indicadores de RSE e RSE nos Meios de Comunicação. No caso do projeto RSE e Combate à Pobreza, seu desenvolvimento representava a vontade de todos os parceiros em atuar pela primeira vez como bloco num problema crônico e estrutural da região.

2.1	Três projetos interdependentes	22
2.2	Indicadores de RSE	23
2.2.1	Os acordos para o desenvolvimento de um único padrão de indicadores de RSE	24
2.2.2	Resultados esperados	25
2.2.3	Resultados alcançados: a experiência das organizações com os indicadores de RSE (Adec, Cecodes, Ceres, Coborse, Deres, Iarse, Ethos, Perú 2021 e Unirse)	25
2.3	RSE nos Meios de Comunicação	31
2.3.1	Os acordos para o desenvolvimento de redes de jornalistas e prêmios de jornalismo	32
2.3.2	Resultados esperados	33
2.3.3	Resultados alcançados: a experiência das organizações com a RSE nos meios de comunicação (Adec, Cecodes, Ceres, Coborse, Deres, Iarse, Ethos, Perú 2021 e Unirse)	34
2.4	RSE e Combate à Pobreza	39
2.4.1	Os acordos para o desenvolvimento de projetos de combate à pobreza	41
2.4.2	Resultados esperados	43
2.4.3	Resultados alcançados: a experiência das organizações com a RSE e o combate à pobreza (Adec, Cecodes, Ceres, Coborse, Deres, Iarse, Ethos, Perú 2021 e Unirse)	43
2.5	Da teoria à prática	52

O que é importante compreender na lógica de trabalho do Plarse é que a implementação simultânea das três iniciativas tinha como papel fortalecer a atuação das organizações de RSE locais e, como consequência, promover o avanço do movimento de RSE e sustentabilidade na América Latina. A adoção de uma base comum de indicadores de responsabilidade social para as empresas, o estabelecimento de um relacionamento sistemático com a mídia e a consolidação de vínculos entre as empresas e os empreendimentos comunitários de sua cadeia de valor representavam passos concretos em direção a esses objetivos. Essa ação coordenada seria benéfica para todas as organizações, porque permitiria exercitar o

2.2 Indicadores de RSE

Todas as nove organizações participantes do Plarse têm as empresas como um de seus principais públicos de relacionamento. Por esse motivo, quando o programa surgiu, já existiam algumas iniciativas espalhadas na América Latina, cujo objetivo era envolver as empresas – e, em alguns casos, também suas cadeias de valor – com o tema da responsabilidade social.

Um dado importante a considerar é que, em meados de 2006, tanto no Brasil quanto nos demais países latino-americanos, já existia uma constante demanda por parte das empresas para expandir suas práticas exitosas de responsabilidade social

UM DADO IMPORTANTE A CONSIDERAR É QUE, EM MEADOS DE 2006, TANTO NO BRASIL QUANTO NOS DEMAIS PAÍSES LATINO-AMERICANOS, JÁ EXISTIA UMA CONSTANTE DEMANDA POR PARTE DAS EMPRESAS PARA EXPANDIR SUAS PRÁTICAS EXITOSAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA OUTRAS LOCALIDADES.

diálogo e a construção coletiva com diferentes tipos de público. Tal dinâmica *multistakeholder* estava se apresentando como vital para as transformações que o programa almejava.

Nas próximas páginas, iremos detalhar melhor as características de cada um dos eixos, os acordos estabelecidos e as oportunidades e dificuldades no desenvolvimento das ações. Também abordaremos os principais resultados obtidos e quais são as perspectivas para o futuro. Para este levantamento, foram utilizadas como fonte as respostas de um roteiro-padrão que foi encaminhado a todas as organizações participantes do Plarse. Para tornar o relato mais rico e aprofundado, também foram realizadas entrevistas e consultados documentos e registros das avaliações feitas durante as visitas técnicas e nos encontros gerais.

para outras localidades. Entretanto, à primeira vista, a América Latina se parecia com um grande caldeirão de conceitos, visões e contextos. Tal situação, ao mesmo tempo que representava um desafio, também significava uma oportunidade, no sentido de possibilitar o trabalho com uma ferramenta que facilitaria a padronização da avaliação, do monitoramento e do planejamento das ações empresariais.

Nesse mesmo período, o Instituto Ethos já contava com uma sólida experiência no processo de discussão, elaboração e aplicação de indicadores de RSE. Aliás, os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, cuja primeira versão foi lançada em 2000, já vinham sendo adotados como referência ou replicados em sua estrutura e temática em alguns países da América Latina. A organização também havia desenvolvido indicadores para

micro e pequenas empresas e para setores importantes da economia brasileira (bares e restaurantes, celulose e papel, construção civil, energia elétrica, setor financeiro, franquias, jornais, mineração, panificação, petróleo e gás, transporte terrestre de passageiros e varejo).

Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial têm como principal objetivo possibilitar um autodiagnóstico da gestão no que diz respeito à incorporação das práticas de RSE, por meio do preenchimento pelas empresas de um questionário estruturado em sete grandes temas: valores, transparência e governança; público interno; meio ambiente; fornecedores; consumidores e clientes; comunidade; e governo e sociedade. Depois de as empresas encaminharem suas respostas, por meio de um sistema *on-line*, as informações são processadas, comparadas e transformadas em relatórios com notas e gráficos comparativos.

O formato da ferramenta, dividido em quatro estágios, permite que a empresa possa acompanhar sistematicamente em quais assuntos ela evoluiu e quais ainda representam verdadeiros dilemas em sua trajetória. Os dados fornecidos, assim como as informações do relatório de diagnóstico, são confidenciais e podem ser utilizados como importantes insumos para mudanças na maneira de fazer negócios. Outra utilidade do relatório é a de apontar um cruzamento entre os temas dos Indicadores Ethos e os abordados pela Global Reporting Initiative (GRI), pelas normas ISO 26000 e SA8000, pelo Pacto Global da ONU e pelos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). O sistema dos Indicadores Ethos está disponível para acesso gratuito por meio do *link* <http://indicadores.ethos.org.br>.

Esta *expertise* do Instituto Ethos, aliada à necessidade das organizações do Plarse de estabelecer um padrão metodológico de avaliação das práticas de responsabilidade social das empresas, tornou os Indicadores Ethos uma base de referência para o desenvolvimento do primeiro eixo do Plarse. Naque-

le momento inicial, as dúvidas se referiam à adaptação aos contextos locais, às questões técnicas e às dificuldades idiomáticas. A única certeza? A de que existia o interesse comum de provocar profundas mudanças no cenário latino-americano.

2.2.1 Os acordos para o desenvolvimento de um único padrão de indicadores de RSE

Antes da realização do Plarse, era possível a qualquer empresa acessar os indicadores de RSE de uma organização local que os desenvolvesse para fazer um diagnóstico de suas práticas de responsabilidade social. Entretanto, essa avaliação acontecia sem qualquer conexão com os demais países da América Latina onde essa empresa tivesse atuação, interesse em fazer negócios ou planos de se estabelecer futuramente.

Assim, o primeiro acordo entre as organizações para o desenvolvimento desse eixo do Plarse definiu como seu objetivo “a utilização de um único padrão de indicadores de RSE na América Latina, com base nos Indicadores Ethos de RSE, formatado de modo a contemplar tanto os aspectos comuns do mercado latino-americano quanto as realidades específicas do mercado de cada país”.

Na prática, isso significava que o questionário e o sistema dos Indicadores Ethos seriam adaptados e implantados em cada organização e estariam divididos em duas partes: uma com questões comuns entre todos os países participantes e outra contemplando questões específicas da realidade de cada país. O acesso aos indicadores seria realizado a partir do website de cada integrante do programa. Ainda que o banco de dados estivesse hospedado no Brasil, de forma a permitir as manutenções no sistema, cada uma das organizações poderia consultar livremente informações gerais e específicas enviadas pelas empresas de seu país. Nesse formato, como havia o compromisso com o sigilo das informações fornecidas, decidiu-se de comum acordo que ape-

nas não seria permitido o acesso aos dados das empresas estabelecidas em outros países.

Todo esse mecanismo só chegaria aos resultados desejados com o envolvimento de todos os países e o estabelecimento claro da divisão de papéis e de responsabilidades. Caberia ao Instituto Ethos promover os processos necessários para a adaptação do conteúdo e do sistema dos Indicadores Ethos de RSE. Seria feita uma consulta a especialistas no assunto e às organizações do Plarse para contribuir com o levantamento, a legitimação e a atualização das perguntas válidas para todos os países participantes. Outros compromissos eram o acompanhamento sistemático do projeto, a realização de visitas técnicas contemplando a metodologia de adaptação da ferramenta ao contexto local e a elaboração de um guia para sanar dúvidas e apoiar na solução de problemas operacionais de utilização do sistema.

Já um exercício comum a todas as organizações de RSE participantes do programa seria o de estruturar um projeto de Indicadores de RSE com planejamento, cronograma, orçamento e patrocínio. Como responsáveis pela administração e alteração das perguntas relacionadas especificamente à sua realidade, elas tinham como tarefa inicial identificar os itens dos Indicadores Ethos aplicáveis ao seu contexto e formar um grupo de trabalho que apoiaria na elaboração dos indicadores locais. Na sequência, havia a necessidade de adaptar a linguagem e as perguntas, tornar pública a ferramenta, tanto em seu *website* quanto em formato impresso, mobilizar empresas e entidades empresariais e promover seminários de capacitação para estimular o preenchimento periódico no sistema.

Em razão do processo de adaptação nas nove organizações, seria possível ter à disposição relatórios consolidados das questões gerais, com comparativos das empresas que operam na América Latina, além de relatórios referentes apenas aos indicadores locais. Os patrocínios, captados pelas organizações de RSE, deveriam cobrir os custos

de desenvolvimento do projeto em cada país. Já os patrocínios captados pelo Instituto Ethos seriam destinados à administração geral dos Indicadores de RSE no âmbito do Plarse.

2.2.2 Resultados esperados

Muito mais que uma ferramenta, os Indicadores de RSE deveriam ser capazes de criar uma cultura de responsabilidade social entre as empresas. As organizações esperavam que o contato com os sete temas, apresentados em diferentes subtemas e estágios, poderia contribuir para o aprimoramento de práticas, a discussão de dilemas, o planejamento de ações, o envolvimento de diferentes *stakeholders* e o interesse por uma gestão da responsabilidade social mais padronizada por parte das empresas, independentemente dos países em que suas bases estivessem instaladas.

No que se refere às organizações de RSE, o projeto Indicadores de RSE deveria representar um fortalecimento de sua relação com as empresas e a mobilização de novos públicos e interessados nessa temática. Seria possível, a partir de uma metodologia validada, promover encontros periódicos e apoiar as empresas a obter avanços em relação às suas práticas de responsabilidade social.

O resultado concreto para o Plarse contemplaria as nove organizações de RSE com seus respectivos sistemas implantados e indicadores de RSE lançados, mobilizando localmente empresas e contribuindo para que a adoção da responsabilidade social significasse a contribuição desse setor para o desenvolvimento sustentável.

2.2.3 Resultados alcançados: a experiência das organizações com os indicadores de RSE

ASPECTOS GERAIS

Os indicadores de RSE foram avaliados como uma ferramenta de grande importância por quase todos os países participantes do Plarse, justamente

por se propor a padronizar o autodiagnóstico das práticas de responsabilidade social das empresas, falar a língua desse público e contar com a assinatura do Instituto Ethos.

As principais dificuldades mencionadas em relação à sua implantação e uso se referem especialmente à captação de recursos, à ausência de áreas e gerentes de responsabilidade social nas empresas que entendam a sua importância, à busca por relatórios que sejam por setor e/ou faturamento e ao tempo para adequação das plataformas *on-line*. Também foi citada a dificuldade das empresas em entender o escopo de trabalho dos indicadores quando confrontados com outras ferramentas.

Dentre as oportunidades, destacam-se a comparação entre diferentes países, o cruzamento com a norma ISO 26000, a característica integradora que envolve diversas áreas dentro da empresa na etapa de levantamento de informações e preenchimento e o processo de troca realizado intensamente entre as organizações, permitindo conhecer as diferenças e os contextos locais. Mencionou-se ainda como outro fator positivo o crescente interesse das empresas pela ferramenta.

Considerando que os Indicadores de RSE contemplavam como etapas a estruturação de um projeto (com planejamento, cronograma e patrocínio), a adequação do questionário ao contexto local, a estruturação do sistema *on-line*, o lançamento de uma publicação impressa, a constituição e capacitação da equipe interna e a mobilização das empresas para preenchimento sistemático da ferramenta, a avaliação geral feita pelas organizações parceiras na execução do Plarse é de que foram distintos os níveis de sua implementação. Algumas organizações de RSE desenvolveram o projeto integralmente e obtiveram bons resultados, como será possível observar nos relatos a seguir. Outras tiveram como dificuldade manter pessoas e/ou equipes responsáveis pela iniciativa, em decorrência

de questões financeiras. E uma boa parte não conseguiu dar continuidade a atividades sistemáticas de mobilização para envolver um maior número de empresas no preenchimento do questionário. Apesar dessas dificuldades, é fundamental reconhecer os esforços e o compromisso de todos os participantes para tornar o projeto uma realidade em seus respectivos países.

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS CRISTIANOS (ADEC) | PARAGUAI

A publicação *Indicadores Adec-Ethos de Responsabilidad Social Empresarial* foi lançada em 2009. Esse resultado só foi possível porque a Adec seguiu todos os passos acordados relativos ao projeto: planejou, elaborou cronograma e fez a captação de recursos com três instituições (Visión Banco, Tigo e BID). Numa segunda etapa, estruturou equipe e reuniu representantes de empresas e consultores que sugeriram modificações ou mesmo a incorporação de itens nos indicadores qualitativos.

Depois da implantação do sistema *on-line* e do lançamento da versão impressa dos Indicadores Adec-Ethos, a organização promoveu cinco seminários para sensibilização e divulgação da iniciativa, reunindo 75 participantes de 42 empresas.

A meta da organização era envolver 20 empresas no preenchimento dos Indicadores Adec-Ethos. Até a elaboração desta publicação, ela já contava com 18, estando oito com o processo completo e dez em andamento.

A Adec destaca que tem dificuldades em encontrar empresas que queiram patrocinar as atividades de mobilização relacionadas à ferramenta e que o fato de o projeto não estar avançado em outros países não permite ainda uma comparação em níveis regionais.

Mesmo assim, a organização percebe um interesse constante das empresas paraguaias em iniciar ou continuar o uso da ferramenta. Por isso, tem pla-

nos de impulsionar os impactos do projeto, por meio da contratação de um profissional que se dedique à iniciativa, e também de seguir com novos seminários de aprofundamento sobre o preenchimento dos Indicadores de RSE.

Para mais informações sobre os Indicadores Adec-Ethos, acesse www.adec.org.py.

CONSEJO EMPRESARIAL COLOMBIANO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (CECODES) | COLÔMBIA

O Cecodes está em processo de implementação dos Indicadores de RSE e seu cronograma segue um prazo diferente do das demais organizações, em razão de sua entrada no Plarse ter ocorrido somente em 2010, quando algumas etapas do programa já estavam em pleno desenvolvimento. Tal situação trouxe como consequências a limitação de apoio técnico da secretaria executiva para a organização, sobretudo presencialmente, e a perda de trocas coletivas e importantes discussões realizadas anteriormente pelos participantes.

Assim, o Cecodes avançou até a etapa de apresentação dos Indicadores Ethos de RSE a um grupo técnico formado por suas organizações associadas (Corona, Ecopetrol, Fundación Santa Fe de Bogotá, Asociación Colombiana de Exportadores de Flores, Alpina etc.) e, embora não tenha conseguido avançar na adequação ao contexto colombiano, estimulou o preenchimento do modelo do Instituto Ethos. Além disso, divulgou os Indicadores em eventos e no site da organização. Atualmente, nove empresas estão preenchendo o questionário Ethos e uma delas já o concluiu.

A organização relata que tem encontrado dificuldades em envolver as empresas com a iniciativa, uma vez que não existe o entendimento sobre a complementaridade dessa ferramenta em relação às demais já existentes, como os relatórios de sustentabilidade, por exemplo. Em contrapartida, relata

que seu principal atrativo tem sido a relação dos Indicadores de RSE com a ISO 26000.

Para mais informações, acesse www.cecodes.org.co.

CONSORCIO ECUATORIANO PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL (CERES) EQUADOR

Em 2010, o Ceres lançou na cidade de Guayaquil, para 50 pessoas, os Indicadores Ceres-Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. No mesmo ano, a organização já havia organizado seu projeto para captação, envolvido empresas e especialistas na validação dos temas locais, estruturado uma equipe e implantado o sistema. De maneira a disseminar a ferramenta já lançada, foram feitas parcerias com a Universidad de Especialidades Espiritu Santo, de Guayaquil, e com a Universidad del Pacífico, de Quito, a fim de que professores e estudantes pudessem ser capacitados para atuar como facilitadores na aplicação dos Indicadores Ceres-Ethos nas empresas equatorianas.

Por causa de um processo de reestruturação da organização que provocou mudanças em boa parte da equipe, o Ceres teve de retomar o projeto dos Indicadores Ceres-Ethos somente em 2011 e reiniciar um intenso trabalho de mobilização entre as empresas associadas e não associadas. Com esse propósito, promoveu em outubro e novembro seminários de capacitação em Quito e em Cuenca, com a participação de 40 empresas no total.

De forma complementar, ofereceu assessoria personalizada para as empresas que demandavam a organização com dúvidas sobre o preenchimento dos Indicadores e a interpretação dos resultados do relatório de diagnóstico. Cerca de 40 empresas completaram o questionário e a ferramenta está sendo avaliada como muito útil para o avanço do movimento de responsabilidade social empresarial no Equador.

Ainda que exista certa demanda por parte das empresas, o Ceres acredita que o trabalho poderia ser feito em mais de uma etapa, em razão da quantidade de perguntas existentes hoje, e que uma versão resumida poderia alcançar maior sensibilização. A organização também tem interesse em adaptar os Indicadores por setor, por tipo de empresa (pública ou privada), por nível de avanço no tema e por porte (micro, pequena, média ou grande empresa).

Para mais informações sobre os Indicadores Ceres-Ethos, acesse www.redceres.org.

FUNDACIÓN CORPORACIÓN BOLIVIANA DE RSE (COBORSE) | BOLÍVIA

O lançamento do manual impresso dos Indicadores Ethos-Coborse de RSE ocorreu em 2010, mas desde 2009 a organização vinha desenvolvendo atividades para a implantação da ferramenta: captou patrocínio, trabalhou nas questões locais, envolveu especialistas em sua validação, adaptou as perguntas ao sistema, estruturou uma equipe interna e fez o lançamento público nas cidades de La Paz, Cochabamba e Santa Cruz de La Sierra.

No total, foram realizados oito seminários abertos e quatro *in company* para tentar estimular o envolvimento das empresas bolivianas com os Indicadores Ethos-Coborse. Como resultado, cinco empresas fizeram o preenchimento completo do questionário.

A Coborse avalia que cumpriu as etapas iniciais do projeto, mas não avançou no trabalho de mobilizar e envolver as empresas no uso massivo da ferramenta. O fato de terem ocorrido mudanças internas na organização nos últimos anos, especialmente relacionadas à renovação da equipe, também afetou a continuidade da atividade. A Coborse está fazendo um esforço para a retomada de diversos projetos e ainda está avaliando como o eixo Indicadores de RSE irá prosseguir.

Para mais informações sobre os Indicadores Ethos-Coborse, acesse www.coborse.org.

DERES – RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA | URUGUAI

A Deres integrou-se ao Plarse somente em 2010 e ainda está em processo de desenvolvimento de seus Indicadores de RSE. O primeiro passo envolveu o processo de adaptação dos Indicadores de RSE para o contexto do Uruguai. Com essa finalidade, no mesmo ano convidou para apoiar a iniciativa a Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa (ACDE), organização uruguaia com a qual promove o Índice de RSE (IRSE) já há vários anos.

Foi formado um grupo de trabalho com integrantes das duas organizações para fazer a análise dos indicadores locais. A base de referência foram os Indicadores larse-Ethos, desenvolvidos pelo Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (larse) sobre os Indicadores Ethos. Em razão dos diferentes temas e áreas, o documento foi distribuído para diversos especialistas. No tema “trabalhadores”, por exemplo, envolveu-se o programa de relações de trabalho da Universidad Católica del Uruguay. O mesmo foi feito com questões como “ética empresarial”, “meio ambiente” e “consumidores”.

Por enquanto, há uma versão preliminar da ferramenta, que foi revisada por representantes de empresas e apresentada num seminário para um grupo-piloto de associadas e não associadas da organização. Na ocasião, Alicia Rolando e Federico Zárate, do larse, detalharam aos presentes as principais etapas envolvidas no preenchimento dos Indicadores de RSE. Ao final do evento, cinco empresas se ofereceram para completar o questionário como uma experiência-piloto da utilização da plataforma via internet.

A organização espera que, a partir dos resultados

e comentários recebidos dessas empresas, possa disseminar os Indicadores Deres-Ethos ainda em 2012. *Para mais informações, acesse www.deres.org.uy.*

INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (IARSE) | ARGENTINA

Foi em 2009 que o Iarse passou a fazer parte do Plarse. Sua experiência no tema dos Indicadores de RSE, por já desenvolver um trabalho sobre isso com as empresas argentinas, possibilitou que no mesmo ano fossem feitas adaptações na sua ferramenta para o lançamento dos Indicadores Iarse-Ethos dentro dos critérios do programa.

O Iarse fez o levantamento e a validação dos Indicadores de RSE locais e passou a disponibilizar pelo site a plataforma *on-line* com orientações para seu preenchimento. Em junho de 2009, lançou a publicação impressa, a qual foi distribuída a empresas associadas e amplamente divulgada em atividades de capacitação realizadas posteriormente. Em 2010, foi feita uma reimpressão da publicação com modificações que permitiram ajustá-la melhor aos alinhamentos estabelecidos no Plarse.

Uma série de ações foi promovida, de maneira a permitir o contato das empresas com a ferramenta. Entre 2010 e 2011, 15 atividades envolvendo 1.800 funcionários de empresas tiveram como foco a mobilização para o seu uso. Mais cinco seminários, em diversas cidades argentinas, envolveram não só a teoria, mas também a prática, e contaram com a participação de mais de 300 pessoas. Dos mais de 65 eventos gerais do Iarse, 70% deles contaram com informações sobre o sistema dos Indicadores de RSE. Com a mesma finalidade, o Iarse participou de encontros em Mendoza, em parceria com a organização Valos – Responsabilidad Empresaria, e no Uruguai, com a Deres.

Em 2011, com apoio do Instituto Ethos, o Iarse atualizou a ferramenta e agregou ao relatório de

diagnóstico a vinculação entre os Indicadores de RSE e a norma ISO 26000. Com o objetivo de estimular continuamente o uso da plataforma, são realizados seminários, visitas a empresas, contato por *e-mail* e telefone e campanhas por meio de *newsletters* e do site da organização. Como um esforço de mobilização, a organização também fez questão de destacar os Indicadores de RSE Iarse-Ethos nas edições 2010 e 2011 de sua Conferência Internacional, realizadas em Buenos Aires.

O Iarse relata, inclusive, depoimentos em que as próprias empresas que tiveram contato com os Indicadores de RSE citam as vantagens para seus negócios. A Dow Argentina, por exemplo, destaca como benefício a integração ocorrida entre todas as áreas da empresa; o Grupo Arcor aborda a facilidade de expressar o significado de uma gestão socialmente responsável, o autodiagnóstico da realidade da empresa e a capacidade de permitir a elaboração de planos de ação; e a Embotelladora Andina ressalta como ganho as conexões com o Pacto Global, a GRI e a SA8000.

Atualmente, 36 empresas argentinas utilizam os Indicadores Iarse/Ethos em distintos níveis de avanço. Em 2012, o Iarse está intensificando o foco nos Indicadores de RSE com o lançamento do Programa de Promoción de la Utilización de los Indicadores de RSE Iarse/Ethos V2.0 Plarse. A proposta é incorporar ao projeto o trabalho com empresas que queiram envolver sua cadeia de valor e também aquelas que sejam associadas a diferentes organizações empresariais de promoção da RSE.

Para mais informações sobre os Indicadores Iarse-Ethos, acesse www.iarse.org.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL | BRASIL

Organização que estimula a utilização de indicadores de RSE desde 2000, com foco no diagnóstico da gestão socialmente responsável e para o planejamento de ações, o Instituto Ethos tem, ao longo dos anos, promovido uma série de modificações nos Indicadores Ethos de RSE, para adaptá-los a novos cenários, aperfeiçoá-los e torná-los uma ferramenta de uso sistemático por parte das empresas.

Lançou indicadores para micro e pequenas empresas, indicadores setoriais e a possibilidade de uso desses indicadores para a gestão da cadeia de valor. Os Indicadores Ethos também podem ser usados para a comunicação de progresso de empresas signatárias do Pacto Global da Organização das Nações Unidas e contêm o Índice de Desenvolvimento Infantil Empresarial (IDI-E), que foi criado em parceria com o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef).

Nos últimos anos, o Instituto Ethos começou a trabalhar na revisão dos seus indicadores, iniciando o projeto Indicadores Ethos – 3ª. Geração, que visa a atualizar a ferramenta de forma ampla e participativa. Estão previstas atualizações que consideram: um processo de revisão *multistakeholder*; a integração com as Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade da GRI; a atualização do documento incorporando questões relevantes nas discussões sobre responsabilidade social e sustentabilidade; sua utilização como ferramenta de gestão para o diálogo e planejamento de práticas de RSE; o aprimoramento do sistema on-line; a consolidação do seu uso na cadeia de valor; sua transformação numa plataforma de práticas à luz da norma ISO 26000; e o aperfeiçoamento do seu uso na América Latina, no âmbito do Plarse.

A governança dessa iniciativa contempla atualmente um conselho orientador, os comitês consultivos técnico e do Plarse (este segundo composto por representantes das organizações que participaram do programa) e grupos de trabalho temáticos.

Durante o período de realização do Plarse, foram feitas diversas atividades para garantir o uso e desenvolvimento contínuos da ferramenta no país, como captação de recursos, disponibilização e atualização do sistema, oficinas de capacitação, manutenção de website específico e de parcerias com entidades setoriais e estruturação/execução do projeto com foco na nova geração. Em 2010, 549 empresas responderam ao questionário *on-line*.

Para mais informações sobre os Indicadores Ethos de RSE, acesse www.ethos.org.br.

PERÚ 2021 | PERU

Os Indicadores Ethos- Perú 2021 foram lançados em 2010, em Lima, para um público de mais de 160 pessoas. Para isso, a organização elaborou seu questionário local, envolveu empresas e especialistas na validação, implantou o sistema, captou recursos para a viabilização do projeto e estruturou equipe de maneira a garantir o desenvolvimento da iniciativa. A organização tem empreendido esforços na mobilização de empresas para o preenchimento sistemático da ferramenta. Em 2010, 13 empresas completaram o questionário e sete o fizeram no ano seguinte.

Durante os meses de março e abril de 2011, foram realizados três seminários abertos, com a participação de 123 pessoas. Em maio, houve a reunião do conselho do Perú 2021, com a presença de 30 pessoas de 13 empresas associadas. Duas empresas já receberam seminários fechados – a Compañía Minera Poderosa e a Productos de Acero Cassado (Prodac) –, tendo como resultado a aplicação dos Indicadores de RSE e a utilização dos relatórios de diagnóstico. A capacitação sobre os Indicadores Ethos-Perú 2021 também foi incorporada aos programas e cursos que a organização promove sistematicamente. Em maio de 2011, foi organizado, para 17 profissionais de dez empresas, um seminário com

a Swisscontact, com foco em micro e pequenas empresas das cidades de Cañete e Chincha. Três edições do Curso Intensivo de Responsabilidad Social Empresarial (Cirse), nos meses de fevereiro, maio e setembro, contaram com seminários dos Indicadores de RSE e reuniram 57 pessoas de 33 empresas.

Para mais informações sobre os Indicadores Ethos-Perú 2021, acesse www.peru2021.org.

UNIÓN NICARAGÜENSE PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (UNIRSE) | NICARÁGUA

A Unirse tinha uma dupla tarefa no âmbito do Plarse. A primeira era a de implementar os três projetos propostos pelo programa e a segunda, a de compartilhar o conhecimento obtido nesse grupo com as organizações de RSE da América Central.

Nesse sentido, os Indicadores de RSE representaram um grande desafio, pois uma ferramenta com as mesmas características já estava sendo desenvolvida na região centro-americana, havendo, portanto, a necessidade de se promover a integração entre as duas plataformas.

Uma série de conversas entre o Instituto Ethos, a Unirse e a Red Centroamericana de RSE (Centrase) foi promovida para analisar a viabilidade desse processo. A partir dessas análises, foram identificadas grandes dificuldades em relação às mudanças necessárias no *software* para garantir que o projeto Indicadores de RSE contemplasse aspectos comuns de três grandes dimensões: a latino-americana, a centro-americana e a realidade local (no caso, da Nicarágua). Em razão de tamanho desafio, não se chegou a um acordo entre o grupo de organizações e a integração não foi realizada.

Assim, os Indicadores de RSE, no âmbito do Plarse, não foram desenvolvidos pela Unirse.

2.3 RSE nos Meios de Comunicação

Uma estratégia utilizada no Brasil para impulsionar o movimento de RSE e sustentabilidade tem sido a promoção do engajamento de organizações da sociedade com grande influência no comportamento das empresas no mercado. Tais agentes são chamados de indutores e não há dúvida de que os jornalistas fazem parte desse grupo, uma vez que sua atuação tem o poder de estimular a reflexão e influenciar o comportamento de governos, de consumidores, de empresas e da sociedade em geral. A imprensa, uma vez em contato com o conceito e com as práticas de RSE, pode ser uma parceira no sentido de levantar dilemas, divulgar casos exemplares e apontar contradições.

A experiência do Instituto Ethos foi decisiva para que o projeto RSE nos Meios de Comunicação fosse escolhido como o segundo eixo do Plarse. Desde 2000, a organização brasileira vinha trabalhando com a mídia por meio de duas iniciativas principais: a Rede Ethos de Jornalistas e o Prêmio Ethos de Jornalismo. Ambas haviam sido desenvolvidas de maneira a envolver esse público com a temática da RSE. No caso da rede, o foco estava na mobilização e na capacitação dos jornalistas, enquanto o prêmio buscava reconhecer os melhores trabalhos produzidos tanto por empresas jornalísticas quanto por seus profissionais.

A tarefa de implantação do projeto RSE nos Meios de Comunicação parecia difícil, uma vez que as organizações participantes do Plarse costumavam relacionar-se com a mídia apenas em momentos mais pontuais, para divulgar algumas ações ou ao convidar jornalistas para participar de seus eventos. No âmbito do Plarse, era necessário ir além. Havia a necessidade de criar etapas e atividades regulares, de maneira que o contato se tornasse sistemático e o conceito de RSE passasse a ser alvo de discussões, críticas, reflexões e também da cobertura jornalística diária.

Com esse objetivo, todas as organizações iriam elaborar projetos visando à criação de redes de jornalistas e de prêmios de jornalismo. A lógica era que uma ação poderia fortalecer a outra: enquanto as redes teriam como papel aprofundar o conceito e, com isso, gerar boas reportagens, os prêmios, com seu forte aspecto mobilizador, estimulariam o olhar para a pauta da RSE, além de permitir que os melhores trabalhos pudessem ser reconhecidos e divulgados para a sociedade.

No Brasil, quando o Plarse foi oficialmente lançado, em 2008, o Instituto Ethos já estava na oitava edição do Prêmio Ethos de Jornalismo. Nessa trajetória, diversos jornalistas das mídias impressa (jornal, revista, fotografia), eletrônica (rádio e televisão) e digital (internet) já haviam sido reconhecidos. O prêmio contribuiu para estimular a abordagem da RSE nos principais veículos de comunicação brasileiros. Tanto que era comum, naquele momento, encontrar cadernos especiais e seções de jornais e programas de rádio e de televisão que se dedicavam a aprofundar a temática. Alguns dos jornalistas premiados consideravam que a iniciativa exercia um papel fundamental para impulsionar a cobertura da RSE e valorizar aqueles que se dedicavam a ela.

Com relação à Rede Ethos de Jornalistas, o trabalho consistia em promover continuamente atividades de capacitação e relacionamento com esse público. Depois de lançar um site com conteúdo específico para jornalistas (www.ethos.org.br/rsenamidia), elaborar publicações especiais e promover debates com foco na relação da imprensa com a RSE, o Instituto Ethos mantinha mais de 1.500 jornalistas cadastrados em sua rede. Esse grupo estava interessado em entender o conceito de RSE, receber seminários em seus veículos de comunicação e estabelecer a conexão das suas editorias com o tema. Para o Instituto Ethos, o mais importante era colaborar para ampliar o contato do jornalista com a RSE,

pois em geral esse entendimento servia como estímulo ou pressão para que as empresas avançassem em suas práticas.

2.3.1 Os acordos para o desenvolvimento de redes de jornalistas e prêmios de jornalismo

Conforme detalhado anteriormente, o eixo RSE nos Meios de Comunicação contemplava duas iniciativas: redes de jornalistas e prêmios de jornalismo. No Brasil, ambas as ações foram desenvolvidas pelo Instituto Ethos simultaneamente, mas, no âmbito do Plarse, considerando o contexto dos países e o tamanho das equipes nas organizações, ficou acordado que primeiro seriam criadas as redes para, num segundo momento, lançar os prêmios.

Como no caso dos Indicadores de RSE, o Instituto Ethos, como secretaria executiva do Plarse e executora do projeto, comprometeu-se em detalhar algumas etapas do eixo RSE nos Meios de Comunicação que facilitariam o bom andamento das atividades nos países. Não havia dúvida de que algumas questões teriam de ser comuns a todas as organizações e que cada uma seria responsável por adaptar tais etapas ao contexto local.

Tendo em vista a importância desse segundo eixo para influenciar outros públicos, definiu-se como seu objetivo a “ampliação do conhecimento mais aprofundado dos conceitos e práticas de RSE entre os investidores, executivos e trabalhadores das empresas, consumidores, empreendedores e líderes sociais, por meio de maior e melhor cobertura do tema pela mídia regional e local dos países da América Latina”.

Em relação aos prêmios de jornalismo, o Instituto Ethos se encarregaria de realizar oficinas que abordariam as principais etapas de desenvolvimento da iniciativa. Caso houvesse necessidade, traduziria conteúdos e materiais de referência. A organização local seria a responsável por realizar o planejamento, o orçamento e a captação de recursos para a manutenção do prêmio e da equipe

envolvida. Também deveria criar uma identidade visual, envolver parceiros locais e considerar as fases de estruturação, regulamento, divulgação, sistema de inscrição, sistema de julgamento e cerimônia de premiação, com a condição de que os jornalistas de veículos de comunicação fossem o público-alvo e de que o foco estaria em trabalhos jornalísticos que abordassem práticas empresariais socialmente responsáveis. Se julgasse interessante, a organização poderia desenvolver o prêmio em parceria com o Instituto Ethos, assinando a iniciativa conjuntamente e dividindo a coordenação de algumas etapas.

Quanto à rede de jornalistas, o Instituto Ethos se comprometeu a promover oficinas sobre sua experiência. As organizações assumiriam as etapas de planejamento, orçamento e captação de recursos. Dentre as atividades, deveriam criar uma identidade visual, fazer um breve levantamento do perfil da imprensa local (para avaliar se havia ou não uma cobertura sobre RSE), contemplar a formação de um comitê consultivo com profissionais de credibilidade nas áreas de jornalismo e de RSE, elaborar um site com conteúdo de interesse dos jornalistas, desenvolver publicações especiais para esse público e promover continuamente seminários de capacitação sobre o conceito de RSE nos veículos de comunicação. Debates para abordar a relação da mídia com a RSE, tanto na pauta jornalística quanto na gestão das empresas de comunicação, poderiam ser momentos excelentes de relacionamento e troca de informações. O Instituto Ethos disponibilizaria todos os seus conteúdos que já estivessem traduzidos para o espanhol e pudessem ser úteis nesse trabalho (especialmente as publicações).

Tanto em relação aos prêmios quanto às redes, a expectativa era de que uma vez incorporadas às estratégias das organizações, essas iniciativas serviriam como uma oportunidade também para promover a integração entre os profissionais de

imprensa dos diferentes países. A ideia era organizar futuramente um prêmio latino-americano de jornalismo em RSE, bem como uma rede latino-americana de jornalistas em RSE. Para isso, era fundamental que primeiro todos os países pudessem ter sua própria experiência antes de ampliá-la em nível regional.

2.3.2 Resultados esperados

O projeto RSE nos Meios de Comunicação esperava como resultado não somente estabelecer um relacionamento sistemático da organização local com a imprensa como também desse público com o conceito de RSE. E queria mais: despertar nos jornalistas maior interesse pela RSE, seus dilemas e oportunidades, por meio de ações de capacitação, mobilização e reconhecimento, ampliando, assim, a discussão do tema para outros públicos e promovendo o avanço da questão em toda a América Latina.

Esperava-se que, ao final de três anos, cada uma das nove organizações participantes do Plarse pudessem ter pelo menos iniciado uma rede de jornalistas em seu país, com as respectivas atividades e dinâmicas, para, concluída essa etapa, estar apta a desenvolver o prêmio de jornalismo.

É importante destacar que, conforme ressaltou-se no início deste capítulo, a complementaridade dos eixos é uma das principais características do Plarse. Isso fica mais evidente quando constatamos que o projeto RSE nos Meios de Comunicação só conseguirá avançar se, simultaneamente, as empresas estiverem incorporando de maneira consistente a responsabilidade social em sua gestão. Daí a importância de uma atuação paralela da organização local em relação ao primeiro eixo do programa, o dos Indicadores de RSE.

2.3.3 Resultados alcançados: a experiência das organizações com a RSE nos Meios de Comunicação

ASPECTOS GERAIS

Aproximar o jornalista do conceito e das práticas empresariais de responsabilidade social, esse é um dos principais benefícios do projeto de RSE nos Meios de Comunicação, que, segundo as organizações, tem tornado possível um melhor entendimento do assunto não somente por parte destes profissionais como também da sociedade em geral.

Ainda que o projeto estabelecesse passos para a criação de redes de jornalistas e prêmios de jornalismo com foco na RSE, foi interessante observar a importância do contexto local para a escolha do caminho a seguir. Houve organizações que desenvolveram simultaneamente suas redes e seus prêmios, enquanto outras optaram por começar por uma estratégia e, num segundo momento, colocar de pé a outra. O mais importante era entender que o trabalho com os jornalistas exigia uma dinâmica particular e que estimular a crítica e a investigação aprofundada sobre as empresas era uma maneira de também contribuir para o avanço do movimento de RSE.

As oportunidades encontradas se referem a um contato de melhor qualidade com os jornalistas, tornando as organizações fontes de informação, à difusão do tema para outros públicos que não só as empresas e a um maior interesse desses profissionais por conhecer mais sobre o assunto, desde que encontradas as melhores formas de atraí-los. Algumas organizações fizeram pesquisas para obter mais informações a respeito da imprensa de seu país e de como os veículos compreendiam e abordavam a RSE. Esses dados permitiram um olhar mais apurado sobre as atividades a desenvolver e os temas a serem debatidos. As organizações que desenvolveram edições do prêmio conseguiram enxergar o seu forte aspecto mobilizador e a sua importância para dar visibilidade ao conceito de RSE e aos profissionais reconhecidos.

As dificuldades na condução do projeto incluem a captação de recursos, a falta de entendimento das empresas de como essa estratégia poderia contribuir para o avanço do movimento de RSE, o tempo escasso das áreas de comunicação para se dedicarem às atividades previstas, a desconfiança dos jornalistas em relação à postura das empresas envolvidas com a RSE (ação de *marketing* ou compromisso?) e a falta de uma visão transversal do assunto, ainda concentrado em cadernos especiais, e não na pauta diária.

Assim como nos Indicadores de RSE, ao observar as diferentes etapas do eixo de RSE nos Meios de Comunicação, as organizações parceiras avaliam que também foram bem distintos os níveis de implementação dos projetos. A Rede de Jornalistas exigia que as organizações de RSE elaborassem planejamento, orçamento, e fizessem captação de recursos. Também deveriam lançar um site específico para jornalistas, montar um comitê consultivo, desenvolver publicações e realizar seminários para esse público. Já o Prêmio de Jornalismo, além das atividades iniciais de estruturação (planejamento, orçamento, captação de recursos), precisava, em linhas gerais, envolver parceiros locais, elaborar regulamento, fazer a divulgação, criar sistema de inscrição e organizar o processo de julgamento e a cerimônia de premiação. O que se pode verificar nos relatos a seguir é que algumas organizações de RSE desenvolveram ambas as estratégias e lançaram sua rede e seu prêmio de forma integrada; outras optaram por desenvolver apenas um dos projetos (ou a rede de jornalistas ou o prêmio de jornalismo). Depois do êxito nas etapas iniciais, a principal dificuldade encontrada está na mobilização e relacionamento contínuos com os jornalistas, de modo a propiciar uma maior troca de experiências e informações.

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS CRISTIANOS (ADEC) | PARAGUAI

A Adec iniciou seu projeto RSE y Medios a partir de 2009, lançando primeiro a Red de Periodistas - RSE e, um tempo depois, o Premio Adec al Periodismo en RSE. A organização fez um esforço para estruturar o projeto da maneira como ele foi acordado no âmbito do Plarse e, ao mesmo tempo, promoveu inovações para que estivesse conectado com as demandas da imprensa paraguaia.

Com esse objetivo, lançou um site com conteúdo de RSE para os jornalistas, realizou um trabalho com redes sociais, elaborou um folheto de divulgação e garantiu o patrocínio para os primeiros passos. Em relação à rede, a Adec viabilizou a viagem de três jornalistas para a Conferência Ethos Internacional, em São Paulo, promoveu seminários com a participação de comunicadores do Instituto Ethos e do Plarse e levou os jornalistas para visitas guiadas a empresas, de maneira que eles pudessem conhecer ao vivo as práticas de responsabilidade social. Em 2011, organizou um café da manhã para jornalistas, reunindo 61 profissionais, e também utilizou seus canais virtuais para estimular debates e ampliar o impacto de suas atividades.

A primeira edição do Premio Adec al Periodismo en RSE, em 2010, foi direcionada para as mídias jornal e revista. Na ocasião, a Adec aproveitou para lançar os resultados de uma pesquisa com foco na cobertura da RSE em importantes meios de comunicação do Paraguai. Os vencedores foram para a Conferência Internacional do Plarse, na Argentina. Na segunda edição do prêmio, em 2011, agregaram-se outras duas categorias: televisão e fotojornalismo. Ainda que o interesse dos jornalistas seja crescente, a Adec percebeu dificuldades na compreensão do conceito de RSE nas matérias inscritas na categoria televisão. Assim, continua o projeto em 2012 com prioridade para as atividades de sua rede de jornalistas.

Para mais informações sobre o projeto RSE y Medios, da Adec, acesse

www.adec.org.py/rseymedios.

CONSEJO EMPRESARIAL COLOMBIANO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (CECODES) | COLÔMBIA

O Cecodes lançou a Red de Periodistas por el Desarrollo Sostenible em maio de 2012, mas antes disso já estava trabalhando intensamente em outras importantes etapas do projeto. O planejamento de sua rede de jornalistas começou ainda em 2010, com apresentações de suas atividades a importantes formadores de opinião. Em 2011, lançou o comitê consultivo, composto por cinco integrantes e responsável por dar sugestões e apoio durante o período de desenvolvimento da iniciativa. Também promoveu a captação de recursos com as empresas Cemex Colombia, Cerrejón, ISA e Isagen.

Também em 2011, para conhecer o perfil, as características e como os jornalistas e os meios de comunicação colombianos abordavam a RSE, o Cecodes organizou sua primeira pesquisa com profissionais da área, num trabalho que envolveu a opinião da academia e das empresas, além de um levantamento de entidades e associações da área, bem como dos meios de comunicação do país, em sete importantes cidades: Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Barranquilla e Leticia. O objetivo era, a partir dessas informações, dar início às atividades de capacitação.

Segundo a organização, a pesquisa foi um excelente instrumento para demonstrar a importância de informar e capacitar os jornalistas sobre RSE, apresentando as diferenças desse conceito em relação ao de filantropia. Também identificou a necessidade de ampliar a disseminação do tema na Colômbia, tanto para a sociedade em geral quanto para as empresas, uma vez que algumas áreas, especialmente a de comunicação, mantêm relações muito

próximas com os jornalistas e podem aproveitar o momento para fortalecer esse contato.

O Cecodes prosseguirá com o projeto RSE nos Meios de Comunicação trabalhando, num primeiro momento, com sua rede de jornalistas e planejando para o futuro o desenvolvimento de um prêmio de jornalismo em RSE.

Para mais informações, acesse

www.comunicacionsostenible.co

CONSORCIO ECUATORIANO PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL (CERES) | EQUADOR

A Red Local de Periodistas y RSE do Ceres foi lançada em 2010, em Quito e em Guayaquil, quando a organização se sentiu pronta para tornar público aos jornalistas equatorianos seu desejo de colocar em prática um projeto para aproximá-los do conceito de RSE.

Em 2008 e 2009, o Ceres havia se dedicado a elaborar planejamento e cronograma e formar equipe, tendo contado com o apoio financeiro da Fundación Avina para a realização das primeiras atividades. Em 2010, a organização concentrou seus esforços no desenvolvimento da identidade visual de sua rede de jornalistas e do site www.redceres.org/redp, passando a alimentá-lo com conteúdo específico para esse público. Cerca de 30 profissionais, entre diretores, editores e jornalistas, passaram a integrar o projeto.

Nos últimos dois anos (2010-2011), a organização passou por algumas mudanças em sua equipe e, nesse período, os projetos do Plarse foram interrompidos. Há interesse da organização em retomar o projeto RSE nos Meios de Comunicação. Para isso, o Ceres está em processo de captação de recursos para dar novo impulso às atividades da iniciativa.

*Para mais informações, acesse **www.redceres.org**.*

FUNDACIÓN CORPORACIÓN BOLIVIANA DE RSE (COBORSE) | BOLÍVIA

O fato de ter sido uma das primeiras organizações de RSE a colocar de pé os eixos do Plarse tornou a Coborse um importante porta-voz das lições aprendidas durante o processo de implementação das etapas do programa. No caso do projeto de RSE nos Meios de Comunicação, o interesse por trabalhar com jornalistas tinha surgido antes de 2008 e, por esse motivo, a organização já contava com publicações da Rede Ethos de Jornalistas traduzidas e à disposição dos profissionais locais.

O Coborse seguiu rigorosamente todos os passos acordados no âmbito do Plarse. Elaborou projeto, orçamento, captou recursos e fez parcerias com entidades que já atuavam na área de jornalismo. Lançou o site e a identidade visual da Red Local de Periodistas (<http://reddeperiodistascoborse.org/redlocalbd.php>) e promoveu capacitação em temas de interesse dos jornalistas, contando, inclusive, com a participação de convidados de outros países. No total, 30 jornalistas passaram a integrar o projeto.

A primeira edição do Premio a la Cobertura Periodística en RSE y Sostenibilidad foi lançada em 2009, para mídia impressa (revista e jornal) e mídia eletrônica (rádio e televisão). As etapas de elaboração do regulamento, divulgação, inscrição, julgamento e cerimônia de premiação foram devidamente desenvolvidas. No total, o prêmio contou com 56 inscrições de 24 meios de comunicação.

Ainda que tenha sido a primeira organização do Plarse a implementar sua rede de jornalistas e seu prêmio de jornalismo, os projetos sofreram descontinuidade em consequência de um período de intensas mudanças internas do Coborse. A organização tem interesse em retomar as atividades, a partir da obtenção de novos recursos financeiros, para realizar uma segunda edição do prêmio.

*Para mais informações, acesse **www.coborse.org**.*

DERES – RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA | URUGUAI

Como iniciou as atividades do Plarse em 2010, o Deres optou por concentrar seus esforços, num primeiro momento, no processo de adaptação dos Indicadores de RSE. Com relação ao tema RSE nos Meios de Comunicação, a organização está analisando a possibilidade de criar um projeto que estabeleça uma relação mais próxima com os jornalistas, de maneira a debater as oportunidades e dilemas da RSE. Nesse sentido, já iniciou contato com um dos principais meios de comunicação do Uruguai. *Para mais informações, acesse www.deres.org.uy.*

INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (IARSE) | ARGENTINA

O Iarse entrou no Plarse em 2009 e, no final de 2010, deu início às atividades para lançar a Red Argentina de Periodistas por la RSE y la Sustentabilidad. Como primeiro passo, enviou um convite formalizado a mais de 600 jornalistas do país, bem como a empresas vinculadas aos meios de comunicação, para que pudessem conhecer o projeto e participar dele. Outra iniciativa complementar foi a parceria com o Colegio Universitario de Periodismo Obispo Trejo y Sanabria, com foco na capacitação de estudantes.

Os resultados dessas ações foram a integração de 50 jornalistas à rede argentina e quatro seminários para um total de 200 alunos de pós-graduação em comunicação. O Iarse também cita a participação frequente de jornalistas em sua Conferência Internacional (uma média de 110 profissionais por edição) e a consolidação da organização como uma importante fonte de informações sobre RSE e sustentabilidade, com suplementos de responsabilidade social nos jornais *Clarín* e *Cronista Comercial*.

Até em razão do interesse que os jornalistas demonstram em se informar sobre o tema da RSE e

contar com dados para difundir notícias sobre o assunto, o Iarse pretende dar continuidade a essa iniciativa, mas, em lugar de lançar um prêmio de jornalismo, seguirá incorporando inovações ao longo do processo, como o relacionamento via redes sociais e o envolvimento constante desse público em todas as atividades promovidas pela organização. *Para mais informações sobre a Red Argentina de Periodistas por la RSE y la Sustentabilidad, acesse redperiodistasrse.wordpress.com.*

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL | BRASIL

Em 2008, quando o Plarse dava seus primeiros passos oficiais, tanto a Rede Ethos de Jornalistas quanto o Prêmio Ethos de Jornalismo já estavam em seu oitavo ano de realização. Desse modo, o Instituto Ethos já havia ultrapassado as etapas de estruturação de ambos os projetos e buscava, naquele momento, aperfeiçoar as estratégias e atividades com foco no relacionamento com os jornalistas e com os meios de comunicação brasileiros.

No caso do Prêmio Ethos de Jornalismo, sete edições já haviam sido realizadas, com escopos que tiveram como objetivo premiar trabalhos jornalísticos sobre RSE ou, no caso da edição de 2006, iniciativas editoriais com periodicidade na publicação de conteúdos sobre RSE e sustentabilidade aplicada à gestão dos negócios. As categorias abarcavam, em geral, a mídia impressa (fotojornalismo, jornal e revista), a mídia eletrônica (rádio e televisão) e a internet. Em alguns casos, foram promovidas categorias especiais para incentivar a produção de matérias por veículos das regiões Norte e Nordeste do Brasil ou por rádios comunitárias legalizadas.

Em 2008, quando se comemoraram os 10 anos do Instituto Ethos, realizou-se uma edição especial do Prêmio Ethos de Jornalismo. O objetivo era reconhecer o conjunto da obra dos jornalistas que

faziam a cobertura do tema da RSE e da sustentabilidade, tendo como foco reportagens produzidas entre 2001, ano da primeira edição do prêmio, e 2008. A premiação contemplava a participação do vencedor num seminário sobre o assunto e a publicação de seus trabalhos em livro.

Foi também nesse momento que o Instituto Ethos decidiu fazer uma profunda reflexão sobre o futuro de sua atuação e, conseqüentemente, sobre os rumos de sua relação com a imprensa. A decisão foi realizar aquela edição do prêmio e interromper sua continuidade, pois havia a necessidade de ampliar o leque de ações para atingir novos objetivos. No total, 2.700 matérias foram inscritas no Prêmio Ethos de Jornalismo em seus oito anos de existência.

As ações com a imprensa passaram a se concentrar no trabalho da Rede Ethos de Jornalistas, pois o projeto precisava responder a, pelo menos três desafios: contribuir para uma cobertura qualificada da RSE nos Meios de Comunicação, estimular um olhar transversal sobre o tema e promover a gestão socialmente responsável nas empresas de comunicação. Diversas atividades foram realizadas com esses objetivos, desde a abordagem de conteúdo específico no site da rede até debates reunindo importantes nomes da imprensa na Conferência Ethos Internacional. Além disso, foram lançadas sete publicações especiais para jornalistas, incluindo os primeiros indicadores setoriais de RSE para o setor de jornais, desenvolvidos em parceria com a Associação Nacional de Jornais (ANJ).

As capacitações, abertas ou dentro das redações, continuaram a acontecer sistematicamente no âmbito da Rede Ethos de Jornalistas e foram promovidas nos principais veículos de comunicação brasileiros. De 2011 em diante, o Instituto Ethos passou a realizar encontros para abordar o potencial de transversalidade da sustentabilidade nas diferentes editorias (esportes, cidades, economia, política). Os seminários foram realizados em São Paulo (SP)

e Brasília (DF) e dois foram fruto de uma parceria com a Rede Globo nas cidades de Recife (PE) e Belo Horizonte (MG).

Para mais informações sobre o projeto RSE na Mídia, do Instituto Ethos, acesse

www.ethos.org.br/rsenamidia.

PERÚ 2021 | PERU

Lançada em 2010, a Red de Periodistas de Responsabilidad Social de Perú 2021 tem oferecido uma intensa programação de encontros com o objetivo de apresentar e discutir com os jornalistas o conceito e as práticas de RSE. Os números comprovam a estratégia: foram quatro capacitações teóricas e três vivenciais nas quais um número considerável de profissionais (68 no total) tiveram contato com temas como gestão de conflitos sociais e ambientais, créditos de carbono e responsabilidade social.

A rede conta atualmente com 366 integrantes, dos quais 229 são jornalistas de veículos de comunicação. Uma das inovações incorporadas ao projeto foram visitas a empresas, as chamadas *farm trips*, que ocorreram na Kimberly Clark, na Perú LNG e na Minera Barrick Lagunas Norte, centro-norte do país. Nesta última, 11 jornalistas de Lima e quatro locais puderam ter contato com os cinco projetos socioambientais que a empresa desenvolve na Sierra de La Libertad, onde está instalada. Além disso, o grupo pôde conversar com o governo municipal, comunidades, escolas e hospitais locais, de maneira a entender o ponto de vista daqueles que são beneficiados pelas iniciativas.

O Perú 2021 pretende dar continuidade ao relacionamento com jornalistas nesse formato e conseguir patrocínio de empresas para organizar a primeira edição de seu prêmio de jornalismo. Neste momento, estão em processo de registro legal as marcas Red de Periodistas en RS e Premio al Periodismo Perú 2021.

Para mais informações sobre o projeto Red de Periodistas de Responsabilidad Social de Perú 2021, acesse www.peru2021.org/redperiodistasrs/.

UNIÓN NICARAGÜENSE PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (UNIRSE) | NICARÁGUA

Diferentemente das outras organizações participantes do Plarse, a Unirse iniciou seu projeto de RSE nos Meios de Comunicação com um prêmio, o InformaRSE 2011, dedicado a reconhecer trabalhos produzidos sobre RSE e inicialmente com seu foco voltado para a mídia impressa e televisiva, em duas subcategorias: profissional e estudante.

O fato de começar pelo prêmio exigiu da Unirse a coordenação de diversas atividades, da divulgação até a cerimônia de premiação. Foram realizados dois seminários de capacitação em RSE e, como resultado dos processos de mobilização, 12 trabalhos foram escritos (sete de profissionais e cinco de estudantes). Uma auditoria validou os processos de avaliação e, em agosto de 2011, foram premiados os vencedores.

Em 2012, a Unirse começou a desenhar quais seriam os focos de atuação da sua Red de Periodistas Socialmente Responsables, definindo objetivos, princípios e estrutura. O grupo envolvido trabalha na criação do site que reunirá informações sobre a iniciativa, além de conteúdos de RSE. Está prevista também a segunda edição do seu prêmio de jornalismo.

Para mais informações sobre o Prêmio InformaRSE 2011, acesse www.unirse.org.

2.4 RSE e Combate à Pobreza

Desde o início do Plarse, era desejo de todos os países participantes atuar conjuntamente numa ação tão complexa e multidimensional como a responsabilidade social das empresas e

o combate à pobreza. É consenso que a América Latina é uma região bastante heterogênea no que se refere à sua formação populacional, histórica e cultural, mas também é verdade que os desafios relacionados à questão se mostram muitas vezes semelhantes em diversos aspectos. Daí a importância de uma ação coletiva, com potencial de provocar mudanças em toda a região.

Primeiramente, é preciso considerar que ocorreram significativas melhoras nos indicadores econômicos e sociais latino-americanos nos últimos anos. Segundo dados do relatório *Panorama Social da América Latina 2011*, da Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (Cepal), órgão das Nações Unidas, entre 1990 e 2010 a taxa de pobreza na região caiu 17 pontos percentuais (de 48,4% para 31,4%), o nível mais baixo dos últimos 20 anos. A desigualdade social também diminuiu, o que é uma boa notícia para a região, que sempre ostentou a fama de mais injusta do mundo na distribuição de renda. Ainda assim, ambas as situações prescindem de intervenções que sejam capazes de provocar mudanças definitivas nesses quadros.

No caso do Plarse, a intervenção com foco na redução da pobreza ocorreria por meio da promoção de atividades de geração de renda que ampliassem ou fortalecessem pequenos empreendimentos ou empreendimentos comunitários locais, no entorno de grandes empresas. Para atingir tal objetivo, seria necessário um trabalho conjunto entre a organização de RSE, uma empresa líder num setor de grande impacto na economia e outras instituições interessadas que aportariam suas experiências e conhecimentos a este processo. Nessa gestão compartilhada, caberia à empresa líder envolver sua cadeia de valor, de modo a construir vínculos sustentáveis de negócios que pudessem garantir benefícios de longo prazo à sua própria atividade, aos pequenos empreendimentos envolvidos e, como consequência, às economias locais. A expertise da empresa em planejamento e gestão seria fundamental para

a elaboração e implementação de um plano de desenvolvimento local ou regional, com forte articulação com as políticas públicas. Neste projeto, a empresa ampliaria a sua atuação e passaria também a ter responsabilidade pelos negócios das empresas de sua cadeia de valor. Estaria também em suas atribuições financiar uma parte dos custos com a execução da iniciativa.

A organização de RSE teria um forte papel de articulação em todo o projeto. Considerando os passos mencionados acima, sua função seria a de identificar a empresa líder em seu respectivo país, trabalhar em conjunto com essa empresa na elaboração de planos de ação, cronogramas e orçamentos, articular redes de cooperação para dar

entendia efetivamente como “combate à pobreza” e era necessário acordar uma estratégia única entre o grupo. Segundo porque, ainda que o Instituto Ethos já participasse de outras iniciativas com esse fim, como a do projeto Forum Empresa-BID/OEA e o Grupo de Trabalho de Responsabilidade Social e Combate à Pobreza, esta seria também a sua primeira experiência com um projeto com os contornos do que estava sendo desenhando no Plarse (diferentemente dos eixos Indicadores de RSE e RSE nos Meios de Comunicação). E terceiro porque, embora todos estivessem dispostos a participar, não estava consolidado o reconhecimento por parte das organizações de RSE como articuladoras de um processo como esse nem havia experiência anterior ou mes-

É IMPORTANTE RESSALTAR QUE, AINDA QUE TIVESSE SUAS DIRETRIZES DEFINIDAS, O EIXO RSE E COMBATE À POBREZA SE MOSTROU UM DOS MAIORES DESAFIOS DURANTE O PERÍODO DE REALIZAÇÃO DO PLARSE. PRIMEIRO PORQUE HAVIA UMA PROFUSÃO DE CONCEITOS DO QUE SE ENTENDIA EFETIVAMENTE COMO “COMBATE À POBREZA” E ERA NECESSÁRIO ACORDAR UMA ESTRATÉGIA ÚNICA ENTRE O GRUPO.

suporte à iniciativa e acompanhar a implementação das atividades, sempre fazendo a conexão com os objetivos do Plarse. Essa atuação compartilhada, tanto na proposição quanto na execução, exigiria da organização de RSE a capacidade de trabalhar junto à empresa líder, evidenciando o seu potencial em envolver diversos públicos que impactam ou são impactados por seus negócios, em gerar resultados positivos para a sociedade e em promover o desenvolvimento sustentável na região em que está inserida.

É importante ressaltar que, ainda que tivesse suas diretrizes definidas, o eixo RSE e Combate à Pobreza se mostrou um dos maiores desafios durante o período de realização do Plarse. Primeiro porque havia uma profusão de conceitos do que se

mo uma metodologia testada que pudesse garantir a concretização dos objetivos propostos.

Tais limitações fizeram com que o terceiro projeto do Plarse demandasse um esforço muito grande das organizações de RSE e também das parceiras, tanto em trazer insumos para essas discussões quanto em tempo, alinhamentos e aportes técnicos e de articulação multissetorial. A primeira proposta sugerida sofreu algumas modificações em seu escopo e atividades e a metodologia de trabalho foi sendo construída e validada ao vivo e em cores, nos encontros presenciais e nas visitas técnicas. Os acordos para que se chegasse a um passo a passo comum foram profundamente discutidos, de modo a garantir a unicidade da iniciativa. Mas este é um assunto para o nosso próximo tópico.

2.4.1 Os acordos para o desenvolvimento de projetos de combate à pobreza

As organizações participantes do Plarse, já envolvidas com o compromisso de mobilizar as empresas para o preenchimento dos Indicadores de RSE e envolver os jornalistas na criação de suas redes/prêmios, sabiam da importância e dos impactos do combate à pobreza para toda a América Latina e por isso não mediram esforços para dar forma a um projeto que contemplasse não só a sua participação como também o protagonismo das empresas líderes locais e suas respectivas cadeias de valor.

Para garantir o alinhamento de ações, propósitos e resultados, definiu-se que o foco deste terceiro eixo estaria na “promoção da sustentabilidade na base da pirâmide, ampliando e fortalecendo vínculos de negócios entre empreendimentos da economia solidária (cooperativas, empreendimentos comunitários), contando com arranjos de ações de cooperação coordenadas entre duas ou mais organizações de diferentes origens e visando ao fortalecimento da economia local com geração de trabalho e renda”.

Entre as características relevantes que o projeto deve apresentar, estão as seguintes:

- Cooordenação – a empresa lidera a implementação e execução do projeto e o envolvimento de sua cadeia para desenvolver atividade produtiva, enquanto a organização de RSE local articula rede de cooperação e convergência de ações e propósitos;
- Gestão compartilhada do plano de desenvolvimento regional integral;
- A empresa e seus fornecedores, além de aportar suas *expertises* de planejamento e gestão para a elaboração e implementação de um plano de desenvolvimento local ou regional integral, financiam os custos institucionais de execução do projeto;

- A empresa vai além do investimento social, envolvendo no projeto o seu negócio e os negócios das empresas de sua cadeia de valor;
- Os resultados devem ser acompanhados e medidos a partir de transformações na realidade econômica da comunidade escolhida;
- Apresentar resultados em um ano e propor metas para os anos seguintes, bem como metas de longo prazo, representando a continuidade dos projetos para além dos três anos;
- Demonstrar como a empresa inclui o desenvolvimento sustentável no seu negócio e na região onde está inserida;
- Os objetivos devem ser o desenvolvimento local sustentável e o desenvolvimento efetivo da comunidade;
- Capacidade de ampliação e replicação em outras regiões e situações;
- Capacidade de articulação com políticas públicas;
- Articulação e convergência com comunidades que já sejam atendidas por programas de transferência de renda dos governos, como o Bolsa Família, do Brasil, e o Juntos, do Peru.

A partir desse objetivo, a primeira tarefa de cada organização de RSE consistiu na escolha de uma empresa líder de determinado segmento econômico de grande importância para a economia do país, a qual pudesse envolver sua cadeia de valor na construção de vínculos de negócios sustentáveis. Além da definição da empresa, a organização também deveria levantar possíveis parceiros locais interessados no tema para participar da iniciativa. Ultrapassadas essas etapas, poderia prosseguir na elaboração de um projeto-piloto que contemplasse a participação da empresa líder e informações sobre o seu segmento de atuação, bem como de seus negócios e impactos na economia local. Também deveria constar nesse pré-projeto quais organizações poderiam participar como parceiras, em razão de

sua experiência no assunto, um plano com as atividades a serem desenvolvidas, distribuídas ao longo de um período de três anos, os principais desafios e um orçamento. O projeto deveria ser elaborado e coordenado coletivamente desde o seu início.

A empresa-líder deveria desempenhar um papel protagonista no projeto, assumindo responsabilidades como: liderança e execução local do projeto; elaboração e apresentação de planos de ação e cronogramas locais, definindo resultados concretos; disponibilização de recursos para a execução local do projeto; desenhar a experiência junto com a organização local de RSE; difundir o conceito e a lógica da experiência proposta internamente, envolvendo cada vez mais áreas em sua execução; disseminar na sua cadeia de valor os resultados, aprendizados e conhecimento decorrentes do de-

Outra contribuição do Instituto Ethos seria a de ajudar as organizações de RSE na busca de recursos para o desenvolvimento dos projetos-piloto locais. Havia a possibilidade de obter financiamento com organizações estrangeiras. Assim, a ICCO & Kerk en Actie, uma das parcerias realizadoras do Parse, envolveu-se nessa questão e se propôs a dar apoio no processo de viabilização de uma parte desses recursos, desde que as empresas se responsabilizassem pela outra parte.

Tanto o Forum Empresa quanto a Fundación Avina estariam encarregados de contribuir com o projeto, à medida que ele avançasse. Para a Avina, seria de fundamental importância envolver seus representantes locais na construção da iniciativa, já que seria necessária a participação de diversas organizações aportando conhecimentos

A EMPRESA-LÍDER DEVERIA DESEMPENHAR UM PAPEL PROTAGONISTA NO PROJETO, ASSUMINDO RESPONSABILIDADES COMO LIDERANÇA E EXECUÇÃO LOCAL DO PROJETO E ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO DE PLANOS DE AÇÃO E CRONOGRAMAS LOCAIS, DEFININDO RESULTADOS CONCRETOS.

envolvimento da experiência; compartilhar com outras empresas e organizações participantes do programa seus resultados e aprendizados; e desenvolver um plano de sustentabilidade para a experiência e de ampliação de seus resultados a partir de sua cadeia de valor.

O Instituto Ethos apoiaria as organizações de RSE na padronização dos pré-projetos e realizaria visitas técnicas presenciais para ajudar nas articulações com as empresas líderes locais inicialmente identificadas para atuar como parceiras no projeto. Também ficaria com a tarefa de sistematizar a experiência para compartilhar com outros países, traduzir os documentos que se fizessem necessários, organizar reuniões e oficinas entre as organizações de RSE e empresas líderes locais e acompanhar o andamento das atividades.

e facilitando as articulações. O Forum Empresa poderia potencializar esse terceiro eixo divulgando seus avanços para sua rede de organizações em diversos países e compartilhando informações relevantes que pudessem fortalecê-lo e difundi-lo como um eixo de atuação fundamental da responsabilidade social empresarial.

Era evidente que, dos três projetos propostos pelo Parse, este seria o de execução mais complexa, que exigiria maior aporte de recursos e mais tempo para colher resultados concretos e necessitaria de forte envolvimento de seus nove integrantes. Primeiro, porque se relaciona a um desafio histórico da região; segundo, por se conectar com a missão e o escopo de trabalho de quase todas as organizações de RSE da América Latina; e, terceiro, por ser desenvolvido num formato em que há pouca expe-

riência acumulada no movimento de RSE e no qual se esperava a geração de resultados no combate à pobreza e no desenvolvimento local sustentável a partir do envolvimento dos negócios e das cadeias de valor de grandes empresas. E foi com esse espírito que a terceira base de sustentação do programa começou a ser erguida.

2.4.2 Resultados esperados

A grande oportunidade que o projeto RSE e Combate à Pobreza oferecia a seus participantes era a de potencializar uma atuação efetiva numa rede de articulação e aprendizado na qual as empresas também aprenderiam umas com as outras e poderiam reaplicar os resultados nas suas operações em outras localidades, ampliando ainda mais essa rede. Ao ter como princípio a organização de um trabalho multisetorial, envolvendo organizações de RSE, empresas, empreendimentos comunitários e outros atores, seria possível lidar com uma multiplicidade de ideias, conhecimentos e interesses que tornariam sua execução uma experiência muito rica e dinâmica.

Para a organização de RSE seria a chance de desempenhar um forte papel de articulação, costurando alianças, incluindo parceiros, demonstrando os resultados práticos e positivos do diálogo e de ações em cadeia para o combate à pobreza e a redução das desigualdades sociais. Para a empresa líder, fortalecer seus vínculos com pequenos empreendimentos, promovendo a perenidade e o equilíbrio dos aspectos sociais, econômicos e ambientais desses negócios, significava promover transformações com foco na sustentabilidade e dar uma contribuição consistente ao desenvolvimento local.

O consenso em si, de ter nove organizações com projetos-piloto de combate à pobreza, envolvendo empresas líderes e suas respectivas cadeias de valor, já seria um grande resultado do terceiro eixo do Plarse. Certamente traria impactos de longo prazo não só para os países em que essas organizações estão instaladas, mas para toda a América Latina.

Um ponto fundamental é que o projeto previa a articulação com políticas públicas nacionais e locais, de modo que os diversos investimentos direcionados a uma localidade fossem complementados e estivessem funcionando como parte de um plano integral para o desenvolvimento local do qual os diversos atores estivessem participando.

2.4.3 Resultados alcançados: a experiência das organizações com a RSE o combate à pobreza

ASPECTOS GERAIS

Chegar a uma definição comum sobre o papel das organizações de RSE no combate à pobreza em seus respectivos países não foi tarefa simples; tampouco foi fácil avançar nas atividades de um eixo que tem uma relação histórica com o processo de desenvolvimento da América Latina e que, justamente por isso, é capaz de mobilizar todos aqueles que estão em busca de uma sociedade mais justa e sustentável.

Desde 2002 o Instituto Ethos – em conjunto com a ICCO & Kerk en Actie, a Unisol, a Unitrabalho, a Fundación Avina e a Fundação Banco do Brasil – já estava participando, no Brasil, do Grupo de Trabalho Responsabilidade Social e Combate à Pobreza, tendo desenvolvido um amplo conjunto de atividades com o objetivo de engajar as empresas nessa temática. Assim, propôs que essa experiência pudesse ser tomada como exemplo, ampliada e adaptada para a América Latina. Seguindo essa orientação, no âmbito do Plarse, o eixo RSE e Combate à Pobreza exigia uma atuação multi-intersectorial, articulada entre a organização de RSE, uma empresa local com importante impacto econômico e socioambiental no seu segmento de atuação e a sua respectiva cadeia de valor. Tal estratégia estava apoiada no potencial das empresas como dinamizadoras das economias locais inclusivas, induzindo políticas públicas e obtendo, nesse processo, benefícios para seus negócios.

Como secretaria executiva, o Instituto Ethos solicitou que cada organização encaminhasse um projeto-piloto para que as propostas fossem padronizadas de maneira a garantir os resultados que o projeto almejava. A padronização também se mostrava necessária porque se tentava um financiamento de parte das atividades dos projetos com organizações estrangeiras que destinam recursos para ações que tenham como foco o combate à pobreza e a inclusão social.

A representante do Instituto Ethos responsável pelo tema esteve em vários dos países participantes (Colômbia, Peru, Nicarágua, Paraguai e Argentina) para trabalhar com as organizações de RSE no desenho das propostas e nas articulações com as empresas, parceiros e suas cadeias de valor.

Um dos diferenciais do projeto de RSE e Combate à Pobreza em relação aos Indicadores de RSE e ao RSE nos Meios de Comunicação era que a captação de recursos deveria ser promovida para além do meio empresarial, com organizações de cooperação ou multilaterais. A razão dessa característica se devia ao fato de a empresa escolhida ficar responsável pelo financiamento de uma parte das atividades e necessitar do apoio da organização de RSE para a busca do financiamento complementar. O que ocorreu é que, infelizmente, não foi possível obter os recursos financeiros necessários para o desenvolvimento dos projetos no prazo inicialmente planejado para sua execução. Assim, esse terceiro eixo do Plarse avançou apenas até a etapa de desenvolvimento dos projetos-piloto.

NA AVALIAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES DE RSE, O COMBATE À POBREZA É, SEM DÚVIDA, DE GRANDE IMPORTÂNCIA PARA A AMÉRICA LATINA E MUITO SE APRENDEU EM RELAÇÃO A ELE, PRINCIPALMENTE NOS MOMENTOS DE CONTATO COM AS DIFERENTES REALIDADES DOS DEMAIS PAÍSES.

Houve um longo período de trabalho que envolveu: a busca e análise da empresa que iria executar o projeto em coliderança com a organização de RSE; a avaliação de iniciativas em desenvolvimento que pudessem ser adaptadas aos objetivos propostos; o levantamento de organizações com experiência no combate à pobreza, para participação em uma rede de cooperação; a realização de articulações locais, visitas técnicas e alinhamentos; e, finalmente, a formatação do projeto-piloto e da proposta para captação de financiamento.

Das nove organizações participantes do Plarse, oito elaboraram projetos-piloto. Em muitos casos, foram feitas readequações para que as empresas e os setores envolvidos representassem reais possibilidades de mudança nas questões econômicas, sociais e ambientais em cada contexto local.

Na avaliação das organizações de RSE, o tema é, sem dúvida, de grande importância para a América Latina e muito se aprendeu em relação a ele, principalmente nos momentos de contato com as diferentes realidades dos demais países e no processo de desenvolvimento das propostas-piloto, com o compartilhamento de oportunidades e dificuldades.

As dificuldades mencionadas envolvem: o processo de identificação da empresa líder e de seus empreendimentos comunitários; a atuação conjunta da organização de RSE e da empresa numa agenda comum, acionando sistematicamente as redes de cooperação para fazer avançar uma ação programática com foco no combate à pobreza; e, certamente, o financiamento, em razão da dificuldade na obtenção de recursos locais e oriundos de instituições estrangeiras.

O desenvolvimento de oito projetos com características gerais semelhantes apresentou-se como uma das principais oportunidades, podendo gerar uma metodologia comum de apoio às empresas para atuação pelo desenvolvimento territorial sustentável em diversos países. Outros benefícios mencionados envolvem o próprio tema ao qual o projeto se relaciona, a intensa troca de informações e experiências entre os membros, a convergência com políticas públicas e a relação direta com os negócios das empresas.

Não há dúvida quanto ao grande aprendizado proporcionado às organizações de RSE na abordagem do tema do combate à pobreza, principalmente o relacionado à construção multissetorial já prevista em seu desenho – considerando as causas multidimensionais do tema tratado –, a flexibilidade e o processo de escuta que se estabeleceram entre os envolvidos e o diálogo com as demais organizações de RSE integrantes do Forum Empresa, discutindo-se uma proposta que, por meio do engajamento empresarial e da mudança de gestão, pode apresentar resultados práticos para a transformação social.

Como muitas organizações já contemplavam em seus planos de trabalho o conceito de “negócios inclusivos” como forma de combater a pobreza, tais projetos, com diferentes formatos, são os que foram beneficiados por essa aprendizagem e continuam sendo coordenados em alguns países.

A conclusão a que se chega é que as organizações de RSE e as parceiras realizaram um grande esforço para que o eixo de combate à pobreza se concretizasse, e esse é um dos principais resultados a se comemorar, ainda que os projetos-piloto não tenham tido condições para sua viabilização e implementação. Como tarefas finalizadas, podemos destacar: as pesquisas e visitas para identificar a empresa líder; a definição do tipo de ação que iria favorecer o envolvimento dos empreendimentos comunitários locais; o engajamento de par-

ceiros e redes de cooperação; e a elaboração de um projeto-piloto e da proposta de financiamento. Como não havia uma experiência anterior que pudesse guiar os passos deste terceiro eixo, os principais aprendizados ocorreram especialmente na construção coletiva de sua metodologia, cujo potencial era alto, mas a viabilidade baixa.

A seguir, vamos apresentar informações gerais sobre os projetos-piloto que foram elaborados, sem mencionar as empresas e organizações envolvidas, uma vez que a responsabilidade pela não continuidade da iniciativa não pode ser atribuída a elas.

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS CRISTIANOS (ADEC) | PARAGUAI

A proposta tinha como objetivo fortalecer e melhorar as relações entre uma empresa do setor alimentício e pequenos agricultores produtores de *caá heé* (*Stevia rebaudiana*). A iniciativa seria implementada em três anos e buscava como resultado envolver os agricultores num programa de capacitação, desenvolver o capital social e promover melhorias no setor agrícola local.

As etapas consideravam: a elaboração de um diagnóstico e de indicadores; a capacitação dos produtores; um trabalho conjunto com a empresa líder para fortalecimento do enfoque inclusivo em seu negócio; componentes técnicos voltados para o pequeno agricultor; e outras atividades que seriam gradativamente incorporadas a partir da articulação com os parceiros locais.

CONSEJO EMPRESARIAL COLOMBIANO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (CECODES) | COLÔMBIA

O projeto apresentado pelo Cecodes seria desenvolvido com uma associação representativa do setor floricultor e envolvia a produção de polpa de celulose a partir de resíduos orgânicos oriundos

do cultivo de flores. Após três anos, esperava-se contar com: uma metodologia para capacitação de pessoas em diferentes etapas; a geração de 200 empregos diretos e indiretos; o vínculo de floriculturas à iniciativa; a criação de pequenas e médias empresas; e a realização de parcerias e de um roteiro para dar escala ao projeto.

Três etapas seriam necessárias para concretizar a estratégia proposta: pesquisa; um estudo de viabilidade envolvendo o mercado e a participação dos pequenos negócios; e a comercialização dos produtos gerados do resíduo.

CONSORCIO ECUATORIANO PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL (CERES) | EQUADOR

O projeto do Ceres envolvia o fortalecimento de produtores de milho para que eles convertessem sua atividade em pequenos empreendimentos e pudessem oferecer produtos e serviços à cadeia de valor de uma empresa do setor alimentício. A expectativa era de que haveria a participação de 58 agricultores.

As atividades previstas no projeto incluíam a construção de um centro de secagem de milho, estruturação de suas áreas administrativas (equipamentos, contratação de pessoal, capacitação de agricultores líderes) e a implementação de um centro de formação integral em temas como educação, saúde, inovação, agricultura e associativismo.

FUNDACIÓN CORPORACIÓN BOLIVIANA DE RSE (COBORSE) | BOLÍVIA

O projeto-piloto da Coborse tinha como foco o desenvolvimento de pequenos empreendimentos que forneceriam insumos brutos e semiprocessados para empresas de um grupo boliviano atuante na área industrial e de comercialização de produtos e serviços.

Criadas gradativamente num prazo de três anos,

essas pequenas empresas de base social, uma vez constituídas, seriam totalmente incorporadas à cadeia de valor do grupo.

DERES – RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA | URUGUAI

A organização passou a integrar o Parse a partir de 2010 e não desenvolveu um projeto-piloto no tema RSE e Combate à Pobreza.

INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (IARSE) | ARGENTINA

O projeto do Iarse tinha como objetivo promover a inclusão econômica de empreendedoras do setor têxtil na cadeia de valor de uma empresa do setor alimentício. O plano era, num prazo de três anos, aumentar em 10% o total de ordens de compra provenientes dessas empreendedoras, capacitar 20 empresas pertencentes a essa cadeia de valor e incluir 70 empreendedoras têxteis.

Para que a iniciativa ganhasse escala, seriam lançadas duas publicações, uma para empresas e setor público e outra para empreendedores da base da pirâmide, e organizada uma feira de negócios inclusivos com atores que influenciam o marco legal.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL | BRASIL

O projeto apresentado pelo Ethos pretendia identificar oportunidades de negócios inclusivos para cooperativas de catadores, num arranjo envolvendo, além das cooperativas, a empresa responsável pelo processamento de resíduos sólidos em uma capital, o órgão público responsável pela gestão desses resíduos, empresas descartadoras de material reciclável e o Grupo de Trabalho Responsabilidade Social e Combate à Pobreza. A ideia era, num primeiro mo-

mento, organizar um alto número de cooperativas em uma central para possibilitar a realização de atividades econômicas (negócios) com a empresa brasileira selecionada. Atividades de mobilização empresarial estavam previstas, de maneira a disseminar a metodologia e estimular a replicação da experiência.

PERÚ 2021 | PERU

O foco do projeto da organização peruana era a realização de diversas atividades para melhorar a gestão, a produtividade e a qualidade do serviço dos empreendimentos comunitários da zona de influência de uma empresa mineradora. Esperava-se incluir na cadeia de valor da empresa líder sete pequenas empresas de base social, totalizando 1.214 associados.

As ações contemplavam formação técnica profissional, utilização de ferramentas básicas de gestão com foco em processos centrais no funcionamento das empresas de base social e busca de novos mercados.

UNIÓN NICARAGÜENSE PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (UNIRSE) | NICARÁGUA

O projeto da Unirse tinha como foco a capacitação e o fortalecimento de um grupo de mulheres manuseadoras de resíduos do café, de modo a permitir a criação de uma pequena empresa que transformasse os resíduos em pasta para a produção de papel vegetal. Assim, a iniciativa contribuiria para a geração de empregos e também para a diminuição dos impactos ambientais da casca de café.

O objetivo era criar, num prazo de três anos, as condições necessárias para que, por meio de novos conhecimentos nas questões administrativas, técnicas e gerenciais, o negócio se estabelecesse de maneira sustentável e criasse vínculos de longo prazo com uma empresa do setor cafeicultor.

Plarse – RSE e Combate à Pobreza

Quadro-Resumo dos Projetos-Piloto – Parte 1

ESTRATÉGIAS DE CADA PROJETO PARA CADA RESULTADO ESPERADO				
RESULTADOS GERAIS ESPERADOS	IARSE Argentina	COBORSE Bolívia	INSTITUTO ETHOS Brasil	CECODES Colômbia
SETOR	Alimentício	Industrialização e comercialização de produtos e serviços	Financeiro	Floricultor
Empresas estabelecendo vínculos de negócios sustentáveis na cadeia de valor com ao menos dez pequenos empreendimentos	Foram identificadas 12 oportunidades de inclusão de empreendimentos de base social do setor têxtil na cadeia de valor da empresa.	Serão desenvolvidos pequenos empreendimentos que fornecerão insumos brutos e semiprocessados para a empresa líder.	Foram identificadas oportunidades de negócios inclusivos para as cooperativas de catadores que se formarão a partir de um projeto paralelo, na cadeia de valor de empresas vinculadas à empresa líder.	Espera-se a vinculação de 18 empresas floricultoras a negócios inclusivos.
2.000 pequenos empreendedores envolvidos na cadeia de valor das empresas líderes	Espera-se a inclusão econômica de 70 empreendedoras têxteis envolvidas na cadeia de valor da empresa líder.	Serão criadas entre três e seis empresas por ano. Ao final de três anos, serão criadas entre nove e 18 empresas de empreendedores de baixa renda.	Espera-se que 500 catadores estejam organizados em cooperativa e sendo beneficiados por um sistema de finanças solidárias ancorado pela empresa líder, cuja criação/ implementação é objeto desta iniciativa.	Espera-se a geração de 200 empregos diretos e indiretos e a criação de 18 empreendimentos floricultores.
Pequenos produtores beneficiados pela cooperação em iniciativas econômicas inclusivas, que os integram na cadeia de valor das empresas	Em três anos, a empresa líder pretende ampliar em 10% o total de ordens de compra de empreendedoras de baixa renda no setor têxtil. A empresa fará também um programa de capacitação e fortalecimento e realizará uma feira de negócios.	Serão criadas pequenas empresas de base social que terão vínculo direto de negócio com as empresas do grupo; ou seja, serão integradas na cadeia de valor de empresas do grupo.	A iniciativa buscará propor atividades econômicas (de negócios) entre as empresas ligadas à empresa líder e as cooperativas criadas, possivelmente desenvolvendo uma central de cooperativas que lhes ofereça maior competitividade.	
Setor empresarial trabalha com metodologias e experiências para disseminar o conhecimento em sua cadeia de valor, de forma sustentável	A empresa líder capacitará 20 empresas de sua cadeia de valor em negócios inclusivos e compras inclusivas responsáveis, a partir da experiência da iniciativa.		Serão realizadas atividades de mobilização empresarial para a disseminação e estímulo ao uso das metodologias e experiências, principalmente por empresas que já façam parte da cadeia da empresa líder.	

CONTINUAÇÃO

RESULTADOS GERAIS ESPERADOS	IARSE Argentina	COBORSE Bolívia	INSTITUTO ETHOS Brasil	CECODES Colômbia
Consolidados e disponibilizados mecanismos de reaplicação dos modelos estabelecidos para RSE e Combate à Pobreza	A iniciativa será sistematizada e dará origem a duas publicações sobre negócios inclusivos: uma dirigida a empresas e ao setor público e a outra a empreendedores da base da pirâmide.		A metodologia do Sistema de Finanças Solidárias será sistematizada e disponibilizada para outras empresas interessadas em implementá-la.	
Novas empresas usando os modelos estabelecidos para a integração de iniciativas econômicas inclusivas*	Capacitação de 20 empresas e realização de uma feira de negócios inclusivos com atores que influenciam o marco legal.		O Sistema de Finanças Solidárias criado e implementado pretende ser um modelo para o setor e expandir-se para outras cadeias produtivas do país e da América Latina, aliviando o gargalo do financiamento e do capital de giro dos pequenos empreendimentos.	
Cooperação multissetorial para possibilitar ações concretas de RSE	Além do Iarse e da empresa líder, foram envolvidas organizações locais.		O Instituto Ethos e a empresa líder envolveram organizações locais e órgãos multilaterais de cooperação.	A iniciativa envolve cooperação multissetorial entre a empresa líder, o Cecodes, o governo, a Câmara de Comércio, e organizações sociais locais e latino-americanas.
Análise contínua de investimentos e resultados alcançados pelas iniciativas em cada país, buscando eficiência e eficácia	A iniciativa apresenta um plano de trabalho consistente, relacionando atividades, resultados esperados e investimentos, que deverá ser avaliado nos encontros gerais, a cada seis meses.		Orçamento ainda em definição.	Orçamento ainda necessita de detalhamento para que sua consistência seja avaliada.

* Todas as experiências e metodologias sistematizadas e seus resultados serão apresentados nas conferências anuais sobre RSE realizadas pelas organizações colíderes das iniciativas. Esses espaços contam com uma presença ampla e representativa de empresas de cada país. As empresas líderes das iniciativas serão coorganizadoras desses espaços e deverão convidar empresas de sua rede que podem ser influenciadas pelo conhecimento acumulado e sistematizado em RSE e combate à pobreza.

Plarse – RSE e Combate à Pobreza

Quadro-Resumo dos Projetos-Piloto – Parte 2

ESTRATÉGIAS DE CADA PROJETO PARA CADA RESULTADO ESPERADO				
RESULTADOS GERAIS ESPERADOS	CERES Equador	ADEC Paraguai	PERÚ 2021 Peru	UNIRSE Nicarágua
SETOR	Alimentício	Alimentício	Mineração	Cafeicultor
Empresas estabelecendo vínculos de negócios sustentáveis na cadeia de valor com ao menos dez pequenos empreendimentos	Fortalecimento de produtores de milho locais para se converterem em empresas que possam oferecer produtos e serviços à cadeia de valor da empresa líder.	Espera-se alcançar uma rede ampliada de fornecedores (pequenos agricultores) capacitados, estáveis e fidelizados, participando da cadeia de valor da empresa líder.	Espera-se melhorar a produtividade e a qualidade de serviço e de gestão dos empreendimentos comunitários da zona de influência da empresa líder.	Grupo de mulheres manuseadoras de resíduos do café organizado em forma de associação, capacitado e fortalecido para estabelecer vínculos de negócios com empresas.
2.000 pequenos empreendedores envolvidos na cadeia de valor das empresas líderes	58 agricultores serão envolvidos na produção de milho, relacionada à cadeia de valor da empresa líder.		Sete pequenas empresas de base social, totalizando 1.214 associados, fortalecidas e envolvidas na cadeia de valor da empresa líder.	Grupo de mulheres envolvido na cadeia de valor da empresa líder, estabelecendo vínculo de negócio com base em gestão e na reutilização e transformação de resíduos do café.
Pequenos produtores beneficiados pela cooperação em iniciativas econômicas inclusivas, que os integram na cadeia de valor das empresas	Os agricultores envolvidos na iniciativa serão capacitados, fortalecidos e envolvidos na cadeia de valor da empresa. A região pretende alcançar o status de zona de desenvolvimento agrícola sustentável, o que também deve beneficiar seus pequenos produtores.	A proposta prevê o desenvolvimento de produtores em diversas capacidades empresariais e sua integração na cadeia de valor como formas de garantir a eles estabilidade, fidelização, provisão adequada e valor agregado. Está prevista também a criação de um programa de crédito para esses produtores.	A iniciativa propõe objetivos específicos que preveem diversos aportes ao fortalecimento dos pequenos produtores a partir da cadeia de valor da empresa e de suas competências de gestão, inclusive buscando novos mercados para as pequenas empresas de base social.	O grupo mulheres será beneficiado por estar integrado à cadeia de valor da empresa líder à medida que diversas expertises da empresa sejam transferidas ao grupo, a viabilidade do negócio seja analisada e se desenvolva um plano de sustentabilidade.
Setor empresarial trabalha com metodologias e experiências para disseminar o conhecimento em sua cadeia de valor, de forma sustentável	A empresa está se responsabilizando pela mobilização de sua cadeia de valor e de seu público interno para o aprendizado com os resultados sistematizados da iniciativa.			

CONTINUAÇÃO

RESULTADOS GERAIS ESPERADOS	CERES Equador	ADEC Paraguai	PERÚ 2021 Peru	UNIRSE Nicarágua
Consolidados e disponibilizados mecanismos de replicação dos modelos estabelecidos para RSE e Combate à Pobreza	Um dos objetivos específicos do projeto prevê a sistematização da experiência como modelo que possa ser disponibilizado e replicado.			
Novas empresas usando os modelos estabelecidos para a integração de iniciativas econômicas inclusivas*	Um dos objetivos específicos da iniciativa é transferir os aprendizados para outras organizações, a fim de facilitar o caminho para a disseminação dos negócios inclusivos entre as empresas do Equador.			
Cooperação multissetorial para possibilitar ações concretas de RSE	A iniciativa prevê o envolvimento da Ceres, da empresa líder e de organizações comunitárias locais.		Estão envolvidos o Perú 2021, a empresa líder, o governo regional, prefeituras, organizações sociais e a Câmara de Comércio.	A iniciativa se baseia na cooperação entre a Unirse, a empresa líder, uma empresa produtora de papel vegetal, outros grupos de mulheres que serão beneficiados pela transferência de conhecimento a partir do grupo principal e organizações sociais que podem fortalecer as associações de mulheres.
Análise contínua de investimentos e resultados alcançados pelas iniciativas em cada país, buscando eficiência e eficácia	A iniciativa apresenta um plano de trabalho consistente, relacionando atividades, resultados esperados e investimentos, o qual deverá ser avaliado nos encontros gerais, a cada seis meses.		A iniciativa apresenta um plano de trabalho consistente, relacionando atividades, resultados esperados e investimentos, o qual deverá ser avaliado nos encontros gerais, a cada seis meses.	A iniciativa apresenta um plano de trabalho consistente, relacionando atividades, resultados esperados e investimentos, o qual deverá ser avaliado nos encontros gerais, a cada seis meses.

* Todas as experiências e metodologias sistematizadas e seus resultados serão apresentados nas conferências anuais sobre RSE realizadas pelas organizações colíderes das iniciativas. Esses espaços contam com uma presença ampla e representativa de empresas de cada país. As empresas líderes das iniciativas serão coorganizadoras desses espaços e deverão convidar empresas de sua rede que podem ser influenciadas pelo conhecimento acumulado e sistematizado em RSE e combate à pobreza.

2.5 Da teoria à prática

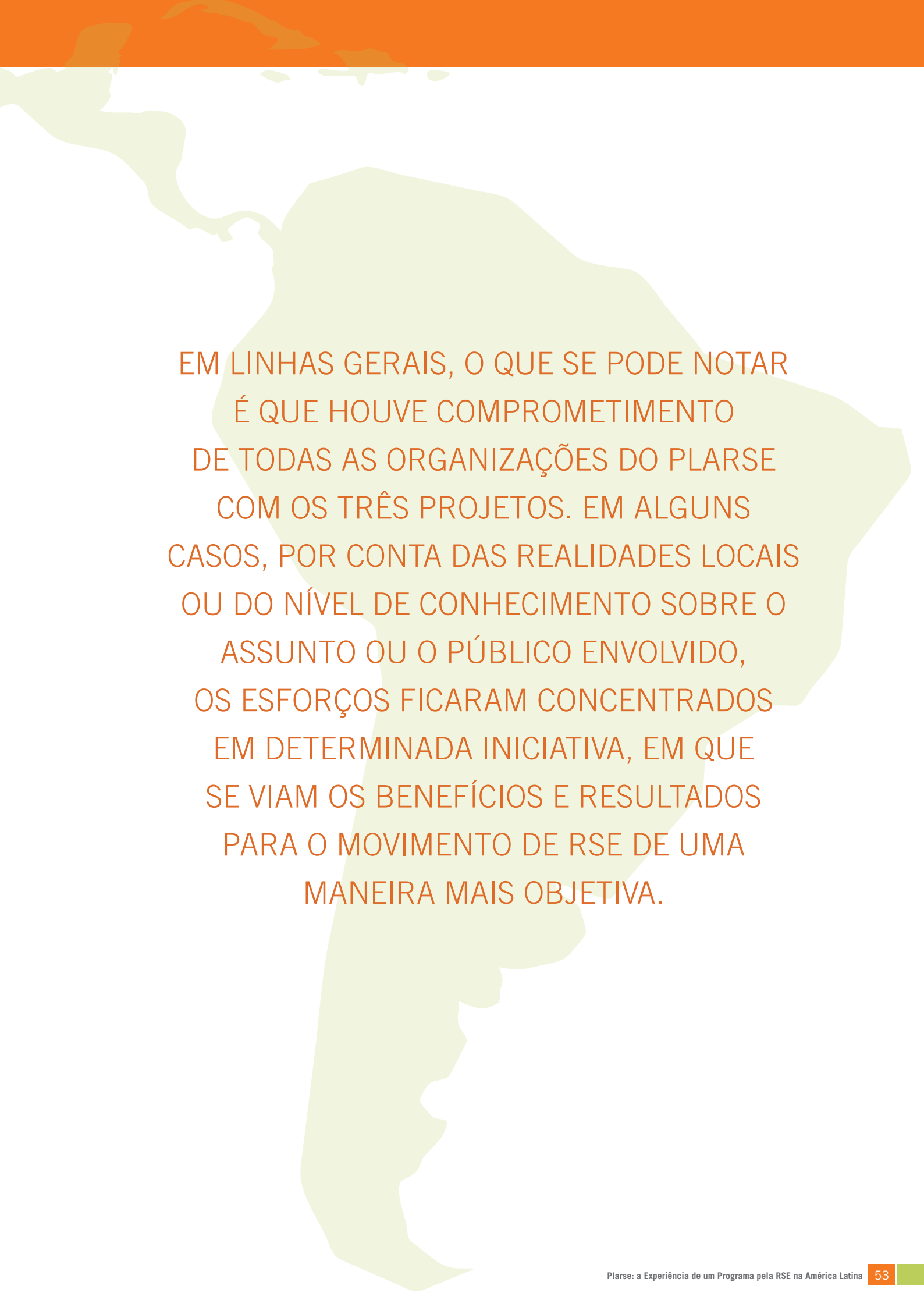
Considerando que as organizações de RSE têm estruturas, contextos e históricos diferentes, era de se esperar que a implementação e o desenvolvimento dos três eixos seguiria um ritmo próprio e não se daria de maneira uniforme. Outro fato que merece destaque é que, ainda que o Plarse tenha determinado passos e orientações gerais para garantir uma mínima padronização em direção aos resultados desejados, há sempre aspectos que precisam ser avaliados à luz dos cenários locais, recebendo adaptações ou até sendo aperfeiçoados em razão de novos olhares, recursos e tecnologias.

Neste segundo capítulo, que contempla os relatos fornecidos pelas organizações sobre os três projetos, é possível acompanhar de perto essa dinâmica. Certamente, um dos principais benefícios observados reside no fato de a experiência de cada país ter contribuído para aprimorar as demais iniciativas, num processo colaborativo que estimulou o surgimento de novos pontos de vista, o levantamento de dilemas, a criação de soluções e o envolvimento de novos públicos. Na maior parte dos casos, as estratégias eram apresentadas, discutidas e avaliadas nos encontros gerais, permitindo que qualquer organização pudesse se valer delas e incorporar os aprendizados obtidos.

Sair da teoria para a prática também possibilitou ao grupo observar quais pontos necessitavam de maior atenção. O primeiro e principal alerta diz respeito à importância de o Plarse estar incorporado à estratégia de negócios das organizações, para que o conhecimento se reflita na instituição, e não em pessoas específicas. A conclusão é de que, adotando esse cuidado, a organização talvez possa evitar atrasos ou recomeços por causa da rotatividade das equipes envolvidas e dos processos de reestruturação interna. A segunda questão mais mencionada pelos integrantes do programa foi a dificuldade para obter recursos para três projetos com enfoques dife-

rentes e com atividades de longo prazo. O contexto econômico local e global e o grau de mobilização da sociedade para o tema da RSE são fatores com impacto direto nesse processo. Em alguns casos, o processo de captação levou mais tempo que o prazo inicialmente previsto e, em outros, não houve um número suficiente de empresas e parceiros para bancar todas as atividades planejadas.

Em linhas gerais, o que se pode notar é que houve comprometimento de todas as organizações do Plarse com os três projetos. Em alguns casos, por conta das realidades locais ou do nível de conhecimento sobre o assunto ou o público envolvido, os esforços ficaram concentrados em determinada iniciativa, em que se viam os benefícios e resultados para o movimento de RSE de uma maneira mais objetiva. Pelas informações disponíveis, é possível constatar que alguns países avançaram mais que outros em um ou mais eixos, mas é inegável que, em todo o processo, a troca de conhecimentos e as próprias experiências de implementação dos projetos já representaram grandes resultados. A dúvida que fica daqui para a frente, pontuada por alguns, é se os três projetos passaram a fazer parte da estratégia das organizações e se têm potencial para seguir adiante, independentemente da existência ou não do Plarse. O futuro vai depender de como cada uma das nove organizações se apropriou do programa nesses cinco anos de aprendizado.



EM LINHAS GERAIS, O QUE SE PODE NOTAR É QUE HOUE COMPROMETIMENTO DE TODAS AS ORGANIZAÇÕES DO PLARSE COM OS TRÊS PROJETOS. EM ALGUNS CASOS, POR CONTA DAS REALIDADES LOCAIS OU DO NÍVEL DE CONHECIMENTO SOBRE O ASSUNTO OU O PÚBLICO ENVOLVIDO, OS ESFORÇOS FICARAM CONCENTRADOS EM DETERMINADA INICIATIVA, EM QUE SE VIAM OS BENEFÍCIOS E RESULTADOS PARA O MOVIMENTO DE RSE DE UMA MANEIRA MAIS OBJETIVA.

O TRABALHO EM REDE NA AMÉRICA LATINA

“EU NÃO CONHEÇO FELICIDADE MAIOR DO QUE A ALEGRIA DE RECONHECER-ME NOS DEMAIS. TALVEZ ESSA SEJA, PARA MIM, A ÚNICA IMORTALIDADE DIGNA DE FÉ. RECONHECER-ME NOS DEMAIS, RECONHECER-ME EM MINHA PÁTRIA E EM MEU TEMPO, E TAMBÉM ME RECONHECER EM MULHERES E HOMENS QUE SÃO MEUS COMPATRIOTAS, NASCIDOS EM OUTRAS TERRAS, E RECONHECER-ME EM MULHERES E HOMENS QUE SÃO MEUS CONTEMPORÂNEOS, VIVIDOS EM OUTROS TEMPOS. OS MAPAS DA ALMA NÃO TÊM FRONTEIRAS.”

Eduardo Galeano (Página 12, “Os Mapas da Alma Não Têm Fronteiras”, reproduzido em 13/07/2009 por Carta Maior)

3.1 A avaliação das organizações

O que significou o Plarse para as organizações de RSE? Quais foram os principais aprendizados? Como o programa, a partir do desenvolvimento de três eixos estratégicos, contribuiu para o trabalho em rede e para o movimento de RSE na América Latina? Para tentar compreender quais foram os impactos e resultados do Plarse, pedimos às organizações participantes que manifestassem suas impressões sobre as principais oportunidades e dilemas encontrados nessa trajetória de cinco anos.

Essa avaliação, ao final de uma primeira etapa, tem a vantagem de permitir um olhar mais integral e aprofundado sobre o Plarse, uma vez que nesse período as organizações vivenciaram na prática a experiência de criar condições para colocar de pé três diferentes projetos, com focos e públicos específicos, mas complementares em sua missão de fortalecer a RSE localmente e, como consequência, na América Latina.

3.1 A avaliação das organizações	54
3.1.1 A importância do Plarse	55
3.1.2 Trabalho em rede	56
3.1.3 Oportunidades	57
3.1.4 Desafios	57
3.1.5 Aprendizados	58
3.1.6 Resultados	59
3.1.7 Contribuição para o movimento de RSE na América Latina	60

Outra experiência desafiadora e que merece reflexão neste capítulo diz respeito à contribuição do Plarse para estimular a construção coletiva e o diálogo em rede, uma vez que se tratava de um programa cujo sucesso dependia dos passos ritmados de nove organizações de RSE, com diferentes estruturas, cenários e características, e do acompanhamento sistemático de uma secretaria executiva e de três instituições parceiras.

Nas próximas páginas, as organizações participantes avaliam o Plarse em sete aspectos: sua importância, a contribuição para o trabalho em rede, as oportunidades, os desafios, os aprendizados, os resultados e o que o programa significou para o movimento de RSE na América Latina.

dores de RSE e RSE nos Meios de Comunicação, elas passaram a ser reconhecidas como as principais porta-vozes sobre RSE e sustentabilidade. Em alguns casos, o fato de o Instituto Ethos assinar conjuntamente os Indicadores de RSE e disponibilizar informações e materiais de apoio para os outros dois projetos foi um importante reforço para mobilizar empresas, jornalistas, parceiros e patrocinadores.

Considerando o Plarse a partir de seus três eixos, as organizações destacaram como positivo contar com a experiência prévia do Instituto Ethos nos projetos Indicadores de RSE e RSE nos Meios de Comunicação e com visitas técnicas em cada país para adaptar algumas etapas à realidade local. Em linhas gerais, as organizações conseguiram perceber uma

OUTRA EXPERIÊNCIA DESAFIADORA E QUE MERECE REFLEXÃO NESTE CAPÍTULO DIZ RESPEITO À CONTRIBUIÇÃO DO PLARSE PARA ESTIMULAR A CONSTRUÇÃO COLETIVA E O DIÁLOGO EM REDE.

Para deixar as organizações à vontade nesse processo de levantamento, preferimos ter como foco as principais percepções do grupo.

3.1.1 A importância do Plarse

“O Plarse nos aproximou de outras redes da região e permitiu que aprendêssemos com elas.”

Ceres – Equador

O relacionamento entre as organizações participantes, permitindo conhecer novas realidades e compartilhar experiências, e a possibilidade de desenvolver iniciativas a partir de uma perspectiva latino-americana são fatores apontados como a grande contribuição do Plarse para os países que o integraram.

Outro ponto bastante citado se refere ao fortalecimento da credibilidade das organizações localmente. A partir do desenvolvimento dos projetos Indica-

melhora no relacionamento com as empresas a partir do trabalho com ferramentas e metodologias concretas e validadas, bem como uma maior proximidade com os jornalistas, em discussões que contribuiriam para aprofundar o conceito de RSE e ampliar o conhecimento da sociedade a respeito do tema.

O Plarse também foi mencionado como um esforço comum das organizações para trabalharem conjuntamente em prol do avanço do movimento de RSE, independentemente das diferenças locais. Em determinada fase, o programa permitiu o trabalho com instituições que seriam fundamentais para a realização dos acordos e objetivos propostos. Nesse sentido, é possível citar um número considerável de parceiros que em cada um dos países passaram a contribuir com etapas específicas dos três projetos.

Na contramão dessas avaliações, foi também citado que, embora muito importante para as organizações, o Plarse acabou exigindo um grande empenho das equipes envolvidas em sua execução.

O fato de as estruturas serem pequenas acabou resultando em sobrecarga de trabalho para os profissionais envolvidos e nem sempre o apoio técnico era suficiente para dar conta das demandas. A solução encontrada, em alguns casos, foi concentrar as ações em um dos eixos, razão pela qual os avanços não se deram de maneira linear.

3.1.2 Trabalho em rede

“O Plarse criou condições para o compartilhamento de conhecimentos e experiências entre as organizações participantes.”

larse – Argentina

O Plarse significou a criação de várias redes, as quais foram estabelecidas numa combinação múltipla que envolveu as organizações de RSE, as organizações parceiras, as empresas, os jornalistas, os patrocinadores, as instituições locais e o Forum Empresa. Avaliou-se que o avanço do projeto de RSE e Combate à Pobreza teria permitido a ampliação desses laços com outros grupos importantes, como os empreendimentos comunitários.

Os encontros presenciais promovidos pelo programa foram avaliados como excelentes momentos de troca entre as organizações de RSE. Nessas ocasiões, eram apresentadas não somente as ações, mas também os benefícios e desafios observados em cada país. Esse compartilhamento ajudava a direcionar os esforços das organizações que ainda estavam em fase de planejamento. Os participantes do Plarse também citaram exemplos de profissionais que foram convidados a participar de eventos de outras organizações, como uma forma de dividir os aprendizados dos processos realizados.

Embora o compartilhamento funcionasse presencialmente, os participantes sentiram dificuldades em manter um fluxo contínuo de comunicação *on-line* para troca de experiências e

atualizações a respeito do andamento do programa. O site do Plarse (www.plarse.org) foi lançado com esse objetivo, mas, como dependia do envio constante de informações por parte das organizações de RSE, não foi o melhor instrumento para acompanhamento das atividades. Assim, a sugestão é de que o Plarse possa aprimorar o processo de comunicação das ações, criando padrões para o fornecimento de informações, mantendo o site atualizado com dados sobre os avanços nos países e também estimulando interações entre as organizações de RSE. Essas providências certamente permitiriam que as redes pudessem se retroalimentar continuamente.

Também foi citada a importância da elaboração de um guia formalizando todas as regras do Plarse, com especial atenção aos critérios seguidos pela governança para a tomada de decisões. As organizações concordam que a tarefa de fazer avançar um programa com ações acordadas em consenso entre nove organizações não era fácil e que justamente por isso, um documento como esse poderia ajudar a tornar mais objetivo tal processo.

Mais de um participante citou o trabalho com os jornalistas como uma grande oportunidade de exercer a atuação em rede, uma vez que permitiu ter contato com um público fundamental para o movimento de RSE. Ao ingressar no projeto RSE nos Meios de Comunicação, os profissionais de imprensa podiam trocar informações, contar com o conhecimento das organizações de RSE e ainda dialogar com as empresas para estimulá-las a adotar uma gestão socialmente responsável.

A articulação em rede também foi destacada por meio da aproximação com instituições locais, tanto no processo de elaboração dos Indicadores de RSE quanto no alinhamento do projeto RSE e Combate à Pobreza, envolvendo organizações, empresas e empreendedores comunitários.

3.1.3 Oportunidades

“O Plarse trouxe como principal benefício a capacidade de somar, de construir os caminhos em parceria.”
Unirse – Nicarágua

O que o Plarse trouxe de positivo para as organizações? Boa parte delas citou o conjunto dos três eixos – Indicadores de RSE, RSE nos Meios de Comunicação e RSE e Combate à Pobreza – como a principal oportunidade do programa, seja porque elas tiveram a chance de liderar a implantação dos projetos em seus respectivos países, seja porque, a partir deles, passaram a contar com importantes parceiros ou porque três iniciativas tão distintas permitiram a elas ter acesso a novos conhecimentos e alcançar públicos diversos.

Outro benefício bastante citado se refere à aproximação entre as organizações de RSE, uma vez que o Plarse possibilitou-lhes a chance de construir uma iniciativa conjuntamente, visando ao avanço do movimento de RSE não somente em seus respectivos países, mas na América Latina. O caráter latino-americano do programa, padronizando as iniciativas em nove realidades distintas, é um ponto considerado muito valioso por seus participantes.

O projeto relacionado à imprensa merece destaque a partir de dois aspectos. Primeiramente, as organizações avaliam que integrar o Plarse trouxe a elas reconhecimento e fez com que se tornassem a principal fonte de informação sobre RSE e sustentabilidade em seu país. Em segundo lugar, ter um eixo específico para os jornalistas estimulou o relacionamento com esse público e permitiu compreender melhor como se dá a cobertura de um tema tão complexo como a RSE.

Os Indicadores de RSE também foram citados como oportunidade por sua qualidade, por sua metodologia testada e por aproximar as organizações da realidade das empresas. A possibilidade de contar com um modelo de indicadores que permitiria

um comparativo latino-americano foi avaliado como o principal benefício dessa ferramenta.

O Plarse também contribuiu nas discussões conceituais sobre o combate à pobreza e permitiu a elaboração de um projeto com etapas e processos a serem coordenados pelas organizações de RSE, em parceria com as empresas. Ainda que o terceiro eixo não tenha sido implantado, ficou evidente nas conversas realizadas de que se tratava de uma iniciativa muito relevante para todo o grupo e que permitiu – ainda em suas fases iniciais – um contato muito rico com os diferentes atores envolvidos em sua execução.

Por fim, as organizações citaram a aproximação com os demais integrantes do Forum Empresa como uma importante oportunidade do Plarse. O programa, aliás, foi fundamental para estimular a reflexão sobre o papel da rede Forum Empresa, uma vez que há consenso do grande potencial existente na América Latina para um trabalho em bloco capaz de influenciar positivamente o movimento de RSE.

3.1.4 Desafios

“O tema combate à pobreza merece uma atenção especial. É um problema universal e ainda não temos o caminho trilhado para buscar a melhor solução.”

Perú 2021 – Peru

O projeto RSE e Combate à Pobreza foi o principal desafio do Plarse. O tema é indiscutivelmente vital para a América Latina e, justamente por isso, foi tão difícil chegar a um modelo comum, capaz de contemplar os diferentes aspectos da realidade de cada país e de potencializar a atuação das organizações de RSE, junto a um conjunto de empresas líderes, em seus respectivos contextos. A própria definição conceitual do que se entende por combate à pobreza, o processo de financiamento e o papel atribuído às organizações de RSE foram os pontos que representaram os maiores obstáculos.

Tanto em relação ao combate à pobreza quanto ao projeto RSE nos Meios de Comunicação, foi mencionada a necessidade de existir um pouco mais de flexibilidade na definição das metodologias, considerando a experiência das organizações a respeito dos assuntos ou trabalhos que já estavam sendo desenvolvidos e que poderiam ser apenas adaptados para o Plarse.

No caso dos Indicadores de RSE, o problema observado está em identificar o seu valor agregado e deixar mais claro qual é o seu papel no comparativo com outras iniciativas, como a GRI e a ISO 26000. Também foi identificado como um dilema o processo de mobilização das empresas, já que muitas organizações avançaram na estruturação dos Indicadores de RSE, mas não conseguiram manter o ritmo na etapa de preenchimento dos dados.

Outro ponto bastante citado foi a captação de recursos. A maior parte das organizações teve dificuldades em obter financiamento para implementação de três projetos que tinham um escopo e um público específicos. Sem garantir a sustentabilidade financeira dos mesmos, muitas etapas não conseguiram avançar e foram prejudicadas.

As organizações reconheceram que o avanço díspar dos projetos em cada país prejudicou o cronograma inicial do Plarse. Se, por um lado, há uma avaliação de que o intercâmbio entre a coordenação do programa e as organizações de RSE ocorreu, por outro, foi citada a dificuldade em ter a secretaria executiva e os parceiros mais presentes, pois a forma como o programa foi planejado exigia acompanhamento constante desses atores no dia a dia dos trabalhos. De maneira geral, há uma preocupação das organizações quanto a como se dará a continuidade do Plarse a partir do encerramento da etapa inicial apresentada nesta publicação. Nesse aspecto, há um comprometimento do Instituto Ethos em seguir no apoio aos participantes com relação às informações sobre os projetos Indicadores de RSE e RSE nos Meios de Comunicação. A troca

de experiências entre as organizações parceiras também se mantém, independentemente da forma como o programa irá prosseguir.

3.1.5 Aprendizados

“A organização participante deve apropriar-se do Plarse e não desenvolvê-lo por obrigação, mas sim porque reconhece a sua importância para a América Latina.”

Adec – Paraguai

Tanto nos encontros gerais promovidos quanto nas conversas realizadas para este capítulo, havia sempre uma expectativa em relação aos aprendizados do Plarse para as organizações participantes. Depois de um período de cinco anos, envolvendo esforços sistemáticos de todos os integrantes com o objetivo comum de fortalecer o movimento de RSE na América Latina, é de se esperar que todos tenham trilhado caminhos e optado por ações que geraram muitas histórias e conselhos a compartilhar.

O primeiro ponto que merece atenção nos relatos realizados diz respeito a como as organizações podem se estruturar internamente para estarem aptas a participar de um programa como o Plarse – que exige colaboração em rede e articulação com parceiros locais. Foram citados diversos processos, como: envolver e aprovar a iniciativa previamente com todas as instâncias da organização, inclusive com sua governança; nomear um líder na diretoria para acompanhar as ações; ter responsáveis operativos; elaborar o planejamento de cada um dos três projetos; ter um cronograma de longo prazo; fazer captação de patrocínio; envolver parceiros; e tornar os projetos conhecidos por diversos públicos.

Outros observaram que um processo prévio à implementação de um programa como esse deveria considerar a avaliação da organização sobre a sua capacidade, tanto financeira quanto estrutural,

para coordenar diferentes projetos. Em muitos casos, teria sido melhor se a organização tivesse se envolvido em apenas um eixo, avançando com os demais apenas quando o primeiro estivesse mais consistente. O número de organizações – nove no total – também foi citado como decisivo para a evolução do programa. A avaliação é de que o Plarse poderia ter começado com um grupo pequeno que depois fosse incorporando mais participantes, com um crescimento gradativo que pudesse dar conta dos diversos desafios existentes.

A comunicação apareceu mais de uma vez como um aprendizado para o programa. Muitos consideraram ser ela um processo fundamental para que houvesse sinergia entre os participantes e compartilhamento das riquezas e detalhes de cada etapa. Os participantes acreditam que promover ações de comunicação padronizadas e constantes cria uma identidade para o grupo, estimula a troca de experiências e favorece as relações. Nesse aspecto, algumas organizações reconhecem que poderiam ter sido mais participativas.

Recursos financeiros foram um dos itens mais citados pelas organizações, considerando as diversas etapas do Plarse. Constatou-se, primeiramente, que é preciso garantir a captação de patrocínio para ter condições de avançar com os três eixos. Segundo, que é necessário fazer um planejamento para garantir participação nos momentos institucionais do programa, como os encontros gerais, por exemplo. Terceiro, que não havia um plano B para os momentos em que não se conseguia recursos para os projetos. Prever essa situação desde o começo ou estabelecer oportunidades para discutir ações conjuntas entre as organizações talvez pudesse ter sido uma alternativa.

Por fim, as organizações citam a importância de tornar o Plarse parte de suas estratégias, definindo metas e identificando o valor agregado de cada projeto e de seus respectivos públicos. Assim, registrar e comunicar todas as etapas torna público o compromisso com o programa e facilita

sua continuidade, uma vez que as ações são um posicionamento institucional e não estão centradas em apenas um responsável.

3.1.6 Resultados

“O Plarse estimulou o envolvimento das empresas com a RSE, instalou o tema nos meios de comunicação e contribuiu para uma reflexão coletiva sobre o conceito de combate à pobreza.”

Coborse – Bolívia

Os resultados alcançados nos eixos Indicadores de RSE e RSE nos Meios de Comunicação foram identificados como os principais resultados do Plarse. As organizações de RSE que avançaram nesses projetos, em diferentes estágios, avaliam que eles representaram uma importante contribuição para os seus negócios, tanto em âmbito local quanto na América Latina.

No caso dos Indicadores de RSE, seu caráter regional foi mencionado como um produto de grande valor para os integrantes do Plarse. Todas as etapas para se chegar a uma ferramenta com indicadores locais e indicadores comuns a todos os países foram consideradas fundamentais e estimularam o interesse das empresas que estavam buscando se envolver com a responsabilidade social. Outro ponto destacado é que o próprio grupo do Plarse contribuiu para a reflexão sobre a ferramenta do Instituto Ethos e sugeriu alterações que pudessem ser incorporadas no projeto Indicadores Ethos – 3ª. Geração.

A aproximação dos veículos de comunicação do conceito de RSE e a criação das redes e prêmios de jornalismo são outros resultados do Plarse. Algumas organizações tinham um contato pontual com jornalistas e o projeto estimulou que se estabelecesse um relacionamento sistemático, num processo constante de troca de informações e de debates sobre a cobertura do tema e o posicionamento das empresas.

Seja por meio dos seminários, de pesquisas ou do contato on-line, as organizações passaram a conhecer melhor a imprensa local e suas características.

Como consequência do Plarse, destacou-se também o processo de troca de informações e a possibilidade de estreitar vínculos entre os participantes, o fortalecimento da reputação das organizações, a expansão do movimento de RSE a partir de uma metodologia testada e qualificada e o início de uma reflexão do que significa envolver-se com um tema tão complexo e ao mesmo tempo tão importante como o combate à pobreza.

Uma das organizações avaliou que os resultados do Plarse variaram bastante, dependendo do país, mas que em geral foram positivos, considerando-se a perspectiva por projeto ou mesmo local. A grande dificuldade, segundo foi observado, é conseguir estimar esses impactos a partir de uma análise latino-americana de quanto o programa foi capaz de alterar cenários a partir da atuação em bloco. Dessa forma, identificou-se a necessidade de o programa ter estipulado inicialmente metas e indicadores que permitissem essa avaliação, não apenas em relação aos respectivos projetos, mas contemplando o contexto da América Latina.

3.1.7 Contribuição para o movimento de RSE na América Latina

“O Plarse pode ter um impacto ainda mais significativo se for um espaço para troca de experiências e avanços não só dos três projetos, mas de todas as questões relacionadas à sustentabilidade.”

Cecodes – Colômbia

Ficou evidente nos relatos das organizações que a principal contribuição do Plarse foi a condução de todas as iniciativas a partir de uma visão regional. Essa estratégia foi capaz de criar um sentimento de comunidade entre os participantes, permitiu um

conhecimento mais amplo das questões da América Latina e, nesse sentido, estimulou a busca por resultados construídos conjuntamente.

Além disso, o Plarse representou para alguns um espaço privilegiado de discussão de ideias, desenvolvimento de ações e troca de experiências com potencial para influenciar positivamente o movimento de RSE. Observou-se que o interesse por si só em participar do programa já representava o comprometimento das organizações com o tema e que os três projetos, se bem conduzidos, poderiam ser decisivos para que a responsabilidade social se fortalecesse nos respectivos países e na região.

O fato de o Instituto Ethos ter um papel de liderança no tema da RSE e ter exercido a secretaria executiva do Plarse foi valorizado em um dos relatos justamente por garantir o uso de metodologias já testadas, possibilitar consultas em assuntos de interesse e apresentar constantemente novidades em relação aos avanços da RSE. Outra organização mencionou que o Plarse não somente permitiu uma aproximação com o Instituto Ethos, mas também com o trabalho e a filosofia da Fundación Avina, que mobilizou sua rede de contatos e financiou as bases dos projetos Indicadores de RSE e RSE nos Meios de Comunicação. A atuação do Forum Empresa e da ICCO & Kerk en Actie também foi citada. O primeiro, por trazer informações sobre o contexto latino-americano e permitir que outras organizações de RSE tivessem acesso ao Plarse; o segundo, por estimular a discussão sobre o combate à pobreza, financiar as atividades de implementação desse projeto e fazer o acompanhamento permanente.

Além da coordenação dos quatro parceiros, que puderam aprender, trocar e oferecer suas expertises; também foi destaque a participação e o comprometimento das nove organizações de RSE, as quais utilizaram seus melhores conhecimentos, capacidades e habilidades para tornar o Plarse uma realidade e promover impactos que foram além do contexto local.

Ainda que não consigam avaliar os resultados de maneira integrada, as organizações participantes acreditam que o fato de ter desenvolvido indicadores de RSE e fortalecido a relação com os meios de comunicação para cobertura de temas como responsabilidade social e sustentabilidade são indicativos de avanço do movimento de RSE em seus países e, conseqüentemente, representam uma contribuição para essa causa na América Latina.

No caso do eixo de RSE e Combate à Pobreza, apesar das dificuldades na etapa de financiamento dos projetos-piloto, destacaram-se como ganhos: a aprendizagem adquirida no desenvolvimento coletivo da metodologia; a viabilização de um conceito que conectava atividade econômica, política pública e ação da sociedade civil em um projeto; e a articulação junto a empresas, redes de apoio e parceiros.

Por fim, destacou-se que o Plarse pode ter um papel ainda mais representativo daqui para a frente, pois tem potencial para ser uma rede mais ativa de compartilhamento de informações, não somente em relação aos seus três eixos, mas em todos os assuntos que se referem à sustentabilidade. A partir da criação de um processo constante de comunicação, será possível conhecer novas iniciativas, consolidar os principais resultados dos projetos em andamento e disseminar experiências exitosas. Este trabalho em rede, uma vez funcionando de maneira dinâmica, pode ser uma importante colaboração do Plarse para a região.

ORIENTAÇÕES GERAIS PARA IMPLEMENTAÇÃO DOS PROJETOS INDICADORES DE RSE, RSE NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E RSE E COMBATE À POBREZA

Conforme descrito nos capítulos anteriores, o Plarse estruturou um passo a passo para o desenvolvimento de seus três eixos principais: Indicadores de RSE, RSE nos Meios de Comunicação e RSE e Combate à Pobreza. Essas etapas tiveram como base a experiência acumulada do Instituto Ethos na condução de dois dos três projetos propostos pelo programa e foram sofrendo adaptações a partir das discussões realizadas nos encontros gerais e à medida que as organizações de RSE tiveram sua própria experiência na coordenação das iniciativas.

Sintetizamos abaixo, de maneira didática, quais foram as ações sugeridas para cada um dos eixos. O objetivo é permitir que qualquer organização interessada possa ter acesso aos projetos no formato em que foram desenvolvidos. Acreditamos que dessa maneira ampliamos nossos esforços pelo fortalecimento do movimento de RSE e possibilitamos que tais estratégias possam ser aprimoradas por seus executores.

PASSO A PASSO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS PROJETOS

INDICADORES DE RSE ²

- Elaboração de um plano de trabalho do projeto, contendo informações do público a ser envolvido (empresas), objetivos, ações, resultados esperados, metas, indicadores e cronograma.
- Elaboração de um orçamento para o projeto.
- Envolvimento de parceiros e apoiadores interessados na iniciativa.
- Captação de recursos financeiros.
- Contratação de um profissional para coordenar o projeto.
- Revisão profunda do conteúdo dos Indicadores Ethos para verificar sua aplicabilidade ao contexto local ³.
- Elaboração de perguntas binárias adaptadas ao contexto local, estruturadas nos sete grandes temas da iniciativa: valores, transparência e governança; público interno; meio ambiente; fornecedores; consumidores e clientes; comunidade; e governo e sociedade.
- Validação da ferramenta (perguntas locais e gerais) com especialistas e representantes de empresas.
- Elaboração da arte visual do questionário, seguindo os elementos mínimos acordados entre os participantes do programa.
- Inserção das perguntas no sistema *on-line* de preenchimento.
- Elaboração de uma versão impressa do manual dos Indicadores de RSE (etapa facultativa)
- Lançamento público dos Indicadores de RSE (sistema *on-line* de preenchimento e versão impressa, caso haja).
- Articulação de parcerias para mobilizar entidades empresariais ou envolver outras organizações da sociedade civil no tema dos Indicadores de RSE.
- Realização de oficinas, seminários e outras atividades de mobilização e capacitação.
- Desenvolvimento de outros esforços de mobilização para o preenchimento dos Indicadores de RSE.
- Acompanhamento das empresas participantes, incluindo atendimento virtual às empresas.
- Avaliação dos resultados alcançados em um ciclo de preenchimento.
- Avaliação da integração do conhecimento sobre o projeto na organização.

² Os passos citados consideram a adaptação para a América Latina de uma ferramenta já existente, os *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*. Assim, muitas etapas foram simplificadas porque puderam contar com a base técnica e de conteúdo do Instituto Ethos.

³ Com o desenvolvimento dos indicadores nos países, as organizações puderam basear-se também nessas adaptações para elaborar seus próprios indicadores.

RSE NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

REDE DE JORNALISTAS

- Elaboração de um plano de trabalho do projeto, contendo informações do público a ser envolvido (jornalistas), objetivos, ações, resultados esperados, metas, indicadores e cronograma.
- Elaboração de um orçamento para o projeto.
- Envolvimento de parceiros e apoiadores interessados na iniciativa.
- Captação de recursos financeiros.
- Contratação de um profissional para coordenar o projeto.
- Levantamento sobre veículos de comunicação e jornalistas locais para envolvimento no projeto.
- Composição de um comitê consultivo (formado por profissionais de credibilidade na área de comunicação e RSE), responsável por apoiar e representar o projeto em suas atividades.
- Criação de uma identidade visual.
- Desenvolvimento de um site com conteúdo específico para jornalistas.
- Desenvolvimento de um sistema de cadastro para armazenar os dados dos jornalistas que farão parte da rede.
- Convite a jornalistas de veículos de comunicação para participar do projeto.
- Lançamento público do projeto.
- Realização da primeira rodada de seminários de capacitação.
- Elaboração de publicações especiais para jornalistas sobre temas relacionados à RSE, sustentabilidade e cobertura da mídia.
- Desenvolvimento de outras atividades de capacitação, considerando as sugestões/demandas dos jornalistas.
- Desenvolvimento de outros esforços de mobilização para estimular a participação na Rede de Jornalistas.
- Avaliação da integração do conhecimento sobre o projeto na organização.

PRÊMIO DE JORNALISMO

- Elaboração de um plano de trabalho do projeto, contendo informações do público a ser envolvido (jornalistas), objetivos, ações, resultados esperados, metas, indicadores e cronograma.

- Elaboração de um orçamento para o projeto.
- Envolvimento de parceiros e apoiadores interessados na iniciativa.
- Captação de recursos financeiros.
- Contratação de um profissional para coordenar o projeto.
- Definição de temática – responsabilidade social empresarial – e das categorias – mídia impressa (revista, jornal, fotojornalismo); mídia eletrônica (rádio e televisão); e mídia digital (veículos na internet).
- Elaboração de um regulamento contendo as seguintes informações: objetivo, público-alvo, temas, prazos, inscrições, seleção dos trabalhos, comissão julgadora, critérios de avaliação e premiação.
- Criação de uma identidade visual.
- Acompanhamento do *clipping* de notícias para levantar quais veículos de comunicação e jornalistas já abordam o assunto.
- Desenvolvimento de um *site* específico para o Prêmio de Jornalismo.
- Desenvolvimento do sistema de inscrição dos trabalhos.
- Desenvolvimento dos critérios de avaliação e de um sistema de julgamento.
- Lançamento público do projeto.
- Contatos com jornalistas para estimular inscrições.
- Período de inscrições.
- Recebimento de cópias dos trabalhos inscritos.
- Estruturação da comissão julgadora.
- Período de julgamento.
- Divulgação dos nomes dos finalistas.
- Realização da cerimônia de premiação, com o anúncio dos vencedores.
- Divulgação dos nomes dos vencedores.
- Concessão da premiação.
- Avaliação da integração do conhecimento sobre o projeto na organização.

RSE E COMBATE À POBREZA ⁴

- Identificação de uma empresa líder de um importante segmento no país que possa estabelecer vínculos de negócios com empreendimentos comunitários (articulação feita pela organização de RSE).
- Avaliação de iniciativas já em desenvolvimento que possam ser adaptadas aos objetivos propostos no projeto (articulação feita pela organização de RSE).
- Envolvimento de parceiros e apoiadores interessados na iniciativa (articulação feita pela organização de RSE).
- Realização de encontros para promover articulações entre a organização de RSE, parceiros e a empresa líder.
- Elaboração – pela organização de RSE e pela empresa líder – de um plano de trabalho do projeto, assumindo desafios conjuntos e envolvendo o negócio da empresa. O plano deve conter informações dos públicos que farão parte da iniciativa: a empresa líder e os empreendimentos comunitários impactados. Também deve contemplar objetivos, ações, resultados esperados, metas, indicadores e cronograma. Os objetivos devem ser promover a geração de renda para os pequenos empreendimentos que integram a cadeia de negócios da empresa líder e impulsionar o desenvolvimento local.
- Elaboração (pela organização de RSE e pela empresa líder) de um orçamento para o projeto.
- Participação da empresa no financiamento de uma parte do projeto e envolvimento da organização de RSE no apoio à captação de outros recursos financeiros necessários.
- Captação de recursos junto a organizações multilaterais ou de cooperação.
- Contratação de um profissional para coordenar o projeto (organização de RSE).
- Difusão pela empresa líder do conceito e da lógica da experiência, envolvendo cada vez mais áreas em sua execução.
- Disseminação dos resultados, aprendizados e conhecimentos decorrentes do desenvolvimento da experiência do projeto (feito pela organização de RSE e pela empresa líder).
- Potencial de exemplaridade (capacidade de ampliação e replicação em outras regiões e situações).

⁴ Em razão de o projeto RSE e Combate à Pobreza não ter sido implementado, destacamos apenas as etapas que foram acordadas até a elaboração dos projetos-piloto pelas organizações de RSE.



PLARSE

Programa Latino-Americano de
Responsabilidade Social Empresarial

PARCEIROS



PARTICIPANTES



APOIO INSTITUCIONAL

