

BN 978-65-00-02861-4
Câmara Brasileira de Livros

Santini, Fernando Roberto
3º SETOR: O uso do marketing para a captação de recursos.
1. Ed. Livro digital – Editora Livrorama. 2020.
Referências bibliográficas: f: 167-183.

ISBN 978-65-00-02861-4

1. Terceiro Setor. 2. Organizações Não Governamentais. 3.
Marketing. 4. Marketing Social. 5. Captação de Recursos.

Sumário

1 INTRODUÇÃO	6
2 METODOLOGIA UTILIZADA.....	20
2.1 Tamanho da Amostra.....	21
2.2 Coleta dos Dados	23
2.3 Análise dos dados.....	26
2.4 Limitações do estudo	27
3 O TERCEIRO SETOR.....	27
3.1 A composição do Terceiro Setor no Brasil	34
3.2 Aspectos Legais.....	38
4 MARKETING	45
4.1 Evolução histórica e conceito.....	45
4.2 Ambiente de Marketing	52
4.3 O Macro Ambiente	53
4.3.1 Ambiente Demográfico	55
4.3.2 Ambiente Econômico	56
4.3.4 Ambiente Tecnológico	57
4.3.5 Ambiente Político-legal	58
4.3.6 Ambiente Sociocultural	59
4.4 O Micro Ambiente	59
4.5 Sistema de Informações de Marketing (SIM) e Pesquisa de Mercado.....	62
4.6. Segmentação de Mercado	64
4.7 Comportamento do consumidor	66
4.8 Produto e serviço	70

4.9 Preço	78
4.10 Distribuição	80
4.11 Composto de Comunicação	83
4.12 Planejamento e controle de marketing	86
4.13 Aplicações de Marketing	90
5 <i>MARKETING SOCIAL</i>	91
5.1 Ambiente de Marketing Social.....	99
5.2 SIM e Pesquisa de Mercado no Terceiro Setor.....	104
5.3 Segmentação e comportamento do consumidor do Terceiro Setor	105
5.4 Serviço.....	106
5.5 Preço	107
5.6 Distribuição (Local)	109
5.7 Composto de Comunicação de Marketing.....	110
6 <i>A CAPTAÇÃO DE RECURSOS</i>	116
7 <i>RESULTADOS DA PESQUISA E DISCUSSÕES</i>	122
7.1 A empresa	123
7.2 O Investimento social.....	126
7.3 O Investimento por meio de ação social própria.....	135
7.4 Tipo de investimento social feito	137
7.5. Áreas dos Investimentos feitos com base nas Metas do Milênio (ONU)	148
7.6. Critérios para a decisão do investimento social feito..	150
7.7. Retorno obtido com o investimento social	152

8 CONCLUSÕES	159
8.1 Considerações finais.....	162
9 BIBLIOGRAFIA BÁSICA.....	168
10 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	173
10.1 Sites consultados	182
11 APÊNDICES.....	184
Apêndice A – Questionário	184
Apêndice B – Roteiro para o Plano de Marketing.....	191
12 ANEXOS.....	194
Anexo A – Lei nº 9.790.....	194
Anexo B – Código de Ética e Padrões da Prática Profissional	203

“Não se pode pisar duas vezes o mesmo rio, já que as águas continuam constantemente rolando, (...) tudo flui e nada permanece igual; tudo se desintegra e nada continua, (...) o frio se torna quente e o quente, frio; o úmido se torna seco e o seco umedece, (...) é ao mudar que as coisas encontram repouso.”

Heráclito, 500 a.C.

1 INTRODUÇÃO

A importância das organizações sem fins lucrativos e não governamentais – denominadas Terceiro Setor – tem levado os estudiosos de Administração a dedicar-se cada vez mais a conhecê-las melhor.

Foram identificadas, em 2003, 276 mil instituições privadas e sem fins lucrativos, que empregam 1,5 milhões de pessoas, pagando salários e outras remunerações no valor de R\$ 17,5 bilhões. Em 2016, o IBGE apontou a existência de 237 mil instituições privadas e sem fins lucrativos, 2,7 milhões de pessoas empregadas, com remuneração total de R\$80,3 bilhões de reais¹. O Terceiro Setor faz mais do que buscar atender às necessidades da sociedade que o governo e a iniciativa privada não conseguem ou deixam de lado. Ele é uma força econômica que gera, cada vez mais, renda e emprego.

Segundo pesquisa do *The Johns Hopkins Center for Civil Society Studies* –realizada em 35 países, incluindo o Brasil – o setor emprega 39,5 milhões de pessoas ou cerca de 6,8% da população em idade de trabalhar não ligada à agricultura. As organizações sem fins lucrativos já empregam 46% das vagas oferecidas

¹ RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), Ministério do Trabalho, 2003.

As Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil (IBGE, 2016)

pelo setor público no mundo. No Brasil, segundo o Instituto de Estudos da Religião (ISER), 2002, o setor emprega 1,2 milhão de pessoas.

Os gastos do Terceiro Setor atingem US\$ 1,33 trilhão por ano. Juntas, as organizações sem fins lucrativos, seriam a sexta nação mais rica do mundo. Se comparadas a setores da economia mundial, as organizações não governamentais (ONGs) empregam mais do que as indústrias têxteis (4 milhões de empregados), alimentar (4 milhões), de utilidades (8 milhões) e de transportes (33 milhões).

Os países desenvolvidos sustentam a liderança de empregos do Terceiro Setor. Na Holanda, perto de 18% das pessoas em idade de trabalhar, não ligadas à agricultura, trabalham em organizações sem fins lucrativos. No Brasil, elas são 2,5%. São mais de 250 mil organizações não governamentais, que movimentam aproximadamente R\$ 12 bilhões anuais, segundo dados da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2002). A receita vem da prestação de serviços, comércio de produtos e arrecadação de doações.

A sociedade civil é composta por três setores. Denomina-se como primeiro setor o Setor Estatal ou Público. Recorrendo a Salvatore (*apud* VOLTOLINI, 2004, p. 25).

O setor público, segundo a Constituição da República Federativa do Brasil, em seu Artigo 37, deve pautar-se pelos princípios da legalidade, da

impessoalidade, da moralidade, da publicidade e da eficiência. Por isso, os atos do Estado seguem normas legais, publicadas no Diário Oficial.

O Segundo Setor é o denominado Setor Privado, responsável pela produção de bens e serviços, com finalidade lucrativa. A teoria administrativa observada no Brasil sofre influência direta das práticas administrativas utilizadas pelos norte-americanos, que têm como valores o individualismo, a competição, a produtividade, o reconhecimento por meio da remuneração diferenciada, entre outras características. Sofre influência direta do mercado e não está sujeito ao princípio da impessoalidade, pois tem liberdade de comprar produtos e contratar serviços e pessoas de acordo com critérios próprios. Se no Estado a moralidade é uma exigência, na iniciativa privada é desejável. A eficiência é um fim para aumentar a lucratividade das empresas privadas, enquanto na empresa pública, é uma obrigação moral.

Existem outras organizações privadas, mas que são públicas por suas finalidades e que não se classificam em nenhuma das duas categorias mencionadas. A essas entidades dá-se o nome de Terceiro Setor, sendo composto pelas organizações não-governamentais, fundações, institutos, entidades de classe, associações profissionais, movimentos sociais, enfim, uma imensa quantidade de organizações atuando nas mais diversas áreas sociais. O que ocorre com

alguma frequência é que todos esses organismos não se reconhecem sob a mesma denominação: Terceiro Setor.

Fernandes (1994), afirma que o conceito de Terceiro Setor é constituído basicamente de duas negações. Ele é “não-governamental” e que “não tem fins lucrativos”. Por ser não-governamental, pode-se entender que não faz parte do Estado e por “não ter fins lucrativos”, compreende-se que se constitui de organização que não seguem a lógica do mercado. Para esse especialista, o Terceiro Setor

[...] é composto de organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas pela ênfase na participação voluntária, num âmbito não governamental, dando continuidade às práticas tradicionais da caridade, da filantropia e do mecenato e expandindo o seu sentido para outros domínios, graças, sobretudo, à incorporação do conceito de cidadania e de suas múltiplas manifestações na sociedade civil (FERNANDES, 1994, p. 24)

Salomon (1998, p. 36), mais específico, explica que o Terceiro Setor

[...] constitui o conjunto de atividades das organizações da sociedade civil, portanto organizações criadas por iniciativas de cidadãos, que têm como objetivo a prestação de serviços ao público em áreas como saúde, educação, cultura, direitos civis, moradia, proteção ao meio ambiente, desenvolvimento do ser humano.

Apesar de não haver dúvidas quanto ao fato, de tais fundações pertencerem a essa categoria, ele não se

pode dizer das organizações de classe e igrejas. Alguns autores (Loschpe, 1997; Oliveira, 1997), excluem os sindicatos, por exemplo, por serem organizações de caráter corporativo que atuam diretamente no conflito capital-trabalho, típico do setor privado da sociedade.

O Terceiro Setor, objeto deste estudo, surgiu como uma alternativa à carência do Estado em atender à crescente demanda por serviços sociais, principalmente após a Segunda Guerra Mundial, pois esse, responsável pelo bem-estar social, tão logo a guerra terminou, encontrava-se em grandes dificuldades em muitos países e naqueles chamados de terceiro mundo. Independente da guerra, esse novo conceito de organização ganhou força em função da precariedade do estado que não conseguia atender muitas necessidades da população de forma desejável.

Atua em áreas como a educação, saúde, cultura, meio ambiente, criança e adolescente, terceira idade, pessoas com deficiência e geração de renda. A atuação do Terceiro Setor está crescendo de forma constante nos últimos anos, devido à falência do Estado, a cobrança de uma maior responsabilidade social por parte do, denominado, Segundo Setor e de maior consciência dos países do primeiro mundo em ajudar os países em desenvolvimento, preocupados com o meio ambiente em função mudanças climáticas, provavelmente, fruto da ação de devastação sem precedentes da natureza.