

Nesta edição:

Legislação e
Jurisprudência

- Programa de Parcelamento Incentivado (PPI): Decreto nº 51.960, de 4 de julho de 2007
Por Thiago Vítor Costa

Responsabilidade Social

- Estratégias para investimentos sociais privados de sucesso
Por Simone E. de Grandis Pedraza

Cotidiano

- Mãos

Compromisso social, e não simplesmente, filantropia

Os acontecimentos pelos quais temos passado e os problemas que temos enfrentado nos últimos tempos têm reforçado a importância do compromisso social em todos os sentidos, pois uma decisão de gestão pode implicar na vida de dezenas de pessoas. No mês passado, recebemos uma homenagem como *Empresa Amiga de Responsabilidade Social* da APAE (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais) de Ribeirão Preto, que nos permitiu fazer uma revisão do tema, buscando o conhecimento de especialistas no assunto e dedicando um espaço considerável de nosso boletim para a instrução de conceitos importantes aqueles que pretendem iniciar ou continuar projetos de investimento ou compromisso social.

Segundo a consultora Simone E. de Grandis Pedraza, sócia da *Agir Gestão em Responsabilidade Social* e autora do artigo *Estratégias para investimentos sociais privados de sucesso* aqui exposto, o primeiro passo para que o investimento social seja frutífero é escolher áreas de investimento alinhadas com a missão da empresa. Ela diz que esse investimento não pode ser aleatório ou resposta a simples pedidos de doações.

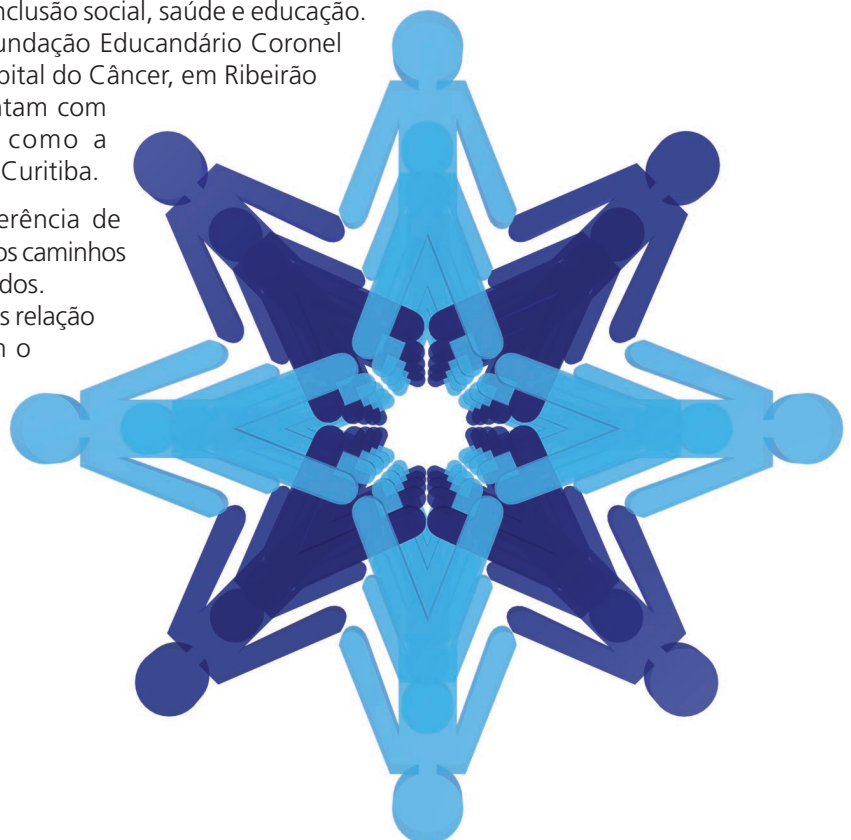
De acordo com essa recomendação, optamos por investir em projetos administrados por terceiros (associações e fundações) que conjugando com os nossos valores, cumprem suas obrigações segundo as práticas éticas e legais. São instituições que, comprometidas com a integridade e a transparência, seguem a regularização de suas atividades e as exigências fiscais, atuando com práticas contábeis adequadas que não comprometam os seus balanços.

Nesse sentido, com o propósito de ceder a nossa expertise a essas organizações, atuando como auditores independentes (atestando as suas demonstrações contábeis); ou assessorando-as nas áreas de nosso domínio, inserimos esse investimento social em nosso planejamento estratégico, priorizando as áreas de inclusão social, saúde e educação.

Organizações como a Fundação Educandário Coronel Quito Junqueira e o Hospital do Câncer, em Ribeirão Preto, por exemplo, contam com esse trabalho, assim como a Pastoral da Criança, em Curitiba.

Esta é apenas uma referência de planejamento. Há inúmeros caminhos que podem ser considerados. Muitas vezes, uma simples relação ética e transparente com o público pode ter efeitos inimagináveis.

Jorge Alfredo Sanitá,
diretor da
Moore Stephens



Legislação e Jurisprudência

Programa de Parcelamento Incentivado (PPI): Decreto nº 51.960, de 4 de julho de 2007

Por * Thiago Vitor Costa



O Programa de Parcelamento Incentivado (PPI) do Estado de São Paulo, para a liquidação de débitos fiscais relacionados ao Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICM / ICMS), dispensa o recolhimento do valor dos juros e multas,

para os fatos geradores ocorridos até 31 de dezembro de 2006, podendo eles, estarem constituídos ou não, inscritos ou não em dívida ativa, inclusive ajuizados, desde que o valor do débito, atualizado nos termos da legislação vigente, seja recolhido, em moeda corrente, conforme a quantidade de parcela(s) e percentuais abaixo:

- I - em parcela única, com redução de 75% do valor das multas e de 60% do valor dos juros;
- II - em até 120 parcelas mensais, com redução de 50% do valor das multas e 40% do valor dos juros;
- III - até 180 parcelas mensais, com redução de 50% do valor das multas e 40% do valor dos juros, ambos atualizados.

O contribuinte poderá aderir ao PPI, até 30 de setembro de 2007, através do acesso ao endereço eletrônico www.ppidoicms.sp.gov.br, no qual deverá:

* **Thiago Vitor Costa:** consultor tributário da Moore Stephens; e-mail: vitor@msbrasil.com.br

I - selecionar os débitos fiscais a serem recolhidos nos termos deste decreto;

II - emitir a Guia de Arrecadação Estadual (GARE-ICMS) correspondente à primeira parcela ou à parcela única.

Observando que:

- § 1º - O vencimento da primeira parcela ou da parcela única será:
- no dia 25 do mês corrente, para as adesões ocorridas entre os dias 1º e 15;
 - no dia 10 do mês subsequente, para as adesões ocorridas entre os dias 16 e 30 ou 31, se for o caso.

Parágrafo único - Na hipótese de recolhimento de parcela em atraso, serão aplicados, além dos juros referentes ao parcelamento, os seguintes percentuais de acréscimo:

- 5% se a parcela for recolhida até 30 dias após o vencimento;
- 10% se a parcela for recolhida de 31 a 60 dias após o vencimento;
- 20% se a parcela for recolhida de 61 a 90 dias após o vencimento.

Enfim, também o contribuinte optante pelo Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Simples Nacional, poderá liquidar débitos fiscais relacionados com o ICM e ICMS decorrentes de fatos geradores ocorridos até 31 de dezembro de 2006, nos termos deste decreto, desde que o recolhimento da primeira parcela ou da parcela única seja efetuado até 31 de julho de 2007.

Responsabilidade Social

Estratégias para investimentos sociais privados de sucesso

Por * Simone E. de Grandis Pedraza

A responsabilidade social empresarial significa mudança de atitude, no sentido de incorporar à gestão empresarial ações com foco na qualidade das relações e na geração de valores para toda a cadeia de relacionamentos (funcionários, clientes, fornecedores, investidores, governo, concorrentes, acionistas, meio ambiente e a sociedade em geral).

Empresas socialmente responsáveis lidam com o investimento social como investimento propriamente dito, incorporando-o ao seu planejamento estratégico. Diferentemente de uma ajuda assistencialista, as empresas preocupam-se com o resultado de seus investimentos e exigem o monitoramento e a avaliação das ações.

Sendo assim, o investimento social não pode ser aleatório ou resposta a simples pedidos e doações indiscriminadas de dinheiro.

Para que o investimento de uma empresa no desenvolvimento social seja frutífero é necessário escolher áreas de investimento alinhadas com a missão da empresa patrocinadora e/ ou com seu diferencial.

Apenas exemplificando as áreas passíveis de investimento social:

ambiente natural (proteger mananciais, contribuir para redução da poluição), patrimônio arquitetônico, cultura, assistência social (segurança alimentar, moradia), inclusão social (carentes, portadores de deficiência, terceira idade), educação (combate ao analfabetismo, reforço escolar, capacitação profissional), saúde (prevenção de doenças, nutrição), lazer (recreação, esportes), desenvolvimento comunitário, assim como investimentos multifacetados, por exemplo, educação pela arte, preservação ambiental por pessoas da terceira idade, capacitação profissional esportiva. Há também empresas que doam sua expertise para o benefício de um projeto social independente como, por exemplo, a doação de um serviço, ou ainda aquelas que incentivam seus colaboradores a doarem seu tempo e habilidade para uma causa social, por intermédio de programas de voluntariado.

Decidido o foco de investimento social da empresa, outra decisão precisa ser tomada: investir em projetos sociais próprios, ou seja, geridos pela própria empresa ou por sua fundação, ou investir em projetos administrados por terceiros, em geral, associações (ONG).

A decisão entre investimento social próprio ou de terceiro depende,

basicamente, dos riscos envolvidos e da questão do “know-how” social.

As associações ou ONG’s que se dedicam ao desenvolvimento social, em geral, dispõem de conhecimento e experiência para lidar com as questões sociais a que estão relacionadas. Seja em razão da formação acadêmica de seus dirigentes, seja por força do comprometimento com a causa, ou ainda e em geral por essas duas realidades conjugadas, comumente as ONG’s contam com a “expertise” necessária para atingir resultados e impactos sociais positivos.

No entanto, não raro essas associações, nascidas do desejo de um pequeno grupo de mudar a realidade local, se encontram em situação cadastral e/ou fiscal irregular. Muitas não contam sequer com alvará de funcionamento ou, ainda, estão em falta com o fisco no que tange às obrigações acessórias, por exemplo, à entrega de declarações, ou quanto ao recolhimento de tributos de que não estão imunes nem isentas.

É comum, ainda, encontrar associações que no afã de zelar pela comunidade local se esquecem de zelar pelo bem estar de seus próprios colaboradores e voluntários.

Outro problema, enfrentado por algumas associações, é a falta de controle na destinação dos recursos investidos no projeto por pessoas físicas ou jurídicas aliadas àquela causa social. Deixando de lado os casos de desvio de recursos por pura má fé, há ainda as associações que desperdiçam recursos por incapacidade gerencial ou por mero desconhecimento da legislação que as rege.

A má administração, fruto muitas vezes da impossibilidade financeira de profissionalizar a atividade, ou por falta de tempo dos voluntários que assumem a gestão da entidade, acaba muitas vezes comprometendo o cumprimento das metas previstas pela empresa patrocinadora.

Nesse contexto, a diretoria e os funcionários da empresa comprometida com causas sociais, que assumiu sua parcela de responsabilidade perante a sociedade e o meio ambiente, acabam frustrados e os recursos direcionados para a entidade deixam de ser investimentos para assumirem o papel de perdas.

A ação que pretendia ser social e que geraria frutos na comunidade e em prol da empresa, muitas vezes se transforma em ação maléfica para ambos.

De um lado, a sociedade que deveria ser favorecida permanece alheia aos benefícios e, por outro lado, a empresa deixa de produzir um ambiente sustentável para seu próprio negócio e de capitalizar os resultados advindos do investimento social.

A fim de evitar inconvenientes como esses, capazes de desestimular o empresário de promover outras ações sociais e de causar descrédito em associações plenamente idôneas e sérias, a escolha da empresa deve se pautar na correlação entre causa social adotada pela ONG e a causa com que a empresa pretende contribuir; na regularidade cadastral e fiscal da entidade; nos resultados já alcançados pela entidade escolhida, caso se trate de associação com anos de existência; na idoneidade dos dirigentes da associação e em seu plano de ação, caso se trate de entidade recém criada; nos meios que a ONG utiliza para atingir seus objetivos, já que não se pode falar em responsabilidade social apenas no que tange às finalidades; e no planejamento da atuação da ONG a médio e longo prazo, a fim de expandir sua rede de beneficiários e garantir a continuidade dos trabalhos.

A par disso, a empresa que opta por manter investimentos sociais geridos por terceiros deverá estar tão comprometida com a causa como aquela que optar por desenvolver e gerir seus próprios projetos. Disso depende o sucesso da ação.

Sendo assim, a patrocinadora deverá exigir transparência e ética da instituição apoiada em todas as suas atividades: no emprego dos recursos, no registro de seus colaboradores, no trato com os voluntários, no planejamento de suas ações, no atendimento do público beneficiário, no estrito cumprimento de seu objeto social e assim por diante.

No entanto, não se pode negar que por mais estreito que seja o relacionamento da empresa com a entidade apoiada, o controle da atuação da entidade tende a ser posterior aos acontecimentos. Portanto, permanecerá em certa medida o risco de o investimento social ser inócuo ou pouco frutífero.

A alternativa de investimento em projeto social estruturado e gerido internamente ou por fundação mantida pela empresa patrocinadora tem a vantagem de garantir o controle acurado da destinação dos recursos à causa escolhida e a manutenção da estrutura com vistas ao objetivo social previamente estabelecido.

Em contrapartida, tendo em vista que a administração do projeto social foi assumida pela empresa ou por sua fundação, ao menos uma pessoa deverá ser contratada – ou deslocada – para gerir o projeto.

Ainda que isso possa representar maiores custos para manutenção da ação social, é certo que essa alternativa garante maior controle sobre as ações sociais implementadas, tanto no que tange ao processo como em relação aos resultados. Ademais, restam minimizados os riscos inerentes à eventual irregularidade cadastral e fiscal.

Entretanto, a gestão própria apresenta basicamente dois pontos negativos: o primeiro, a empresa assume o risco de contratar um profissional sem o “know-how” necessário para lidar com aquela realidade social; o segundo, todo o encargo advindo da manutenção do projeto recai sobre a direção da empresa, que passa a contar com mais um “departamento” a ser administrado.

A fim de driblar esses inconvenientes, a patrocinadora poderá terceirizar a gestão de seu projeto, contratando um terceiro apto em gestão profissional de projetos sociais.

Entendemos ser essa a opção mais conveniente, pois a gestão profissional do projeto social permite não apenas controle total e minucioso por parte da patrocinadora, como também garante o atendimento das metas sociais fixadas e, ainda, afasta os riscos inerentes à irregularidades documentais. Acrescente-se, ainda, que a gestão profissional terceirizada conta com o “know-how” necessário para a manutenção e o desenvolvimento das ações sociais. Logo, essa alternativa conta com todos os benefícios das opções 1 e 2 e, ainda, com menores riscos que nessas duas alternativas.

Por fim, cabe dizer que seja o projeto social administrado por ONG alheia ao funcionamento da empresa, ou pela própria patrocinadora, ou por fundação mantida pela patrocinadora do projeto, ou seja a gestão do projeto feita por empresa terceirizada, se a legislação pertinente estiver plenamente atendida, a patrocinadora poderá gozar de benefício fiscal, seja qual for o âmbito de sua atuação social.

A legislação atual permite a dedução das doações efetuadas às associações civis até o limite de 2% do lucro operacional da empresa patrocinadora, antes de computada sua dedução.

Observadas as dicas acima, os recursos revertidos para o desenvolvimento social representarão efetivo investimento social privado.

*** Simone E. de Grandis Pedraza:** sócia da Agir Gestão em Responsabilidade Social Ltda; e-mail agirsocial@agirsocial.com; telefone: (19) 3836.2450

Cotidiano

Mãos *

Há mãos que sustentam e mãos que abalam.
Mãos que limitam e mãos que ampliam.
Mãos que denunciam e mãos que escondem os denunciados.
Mãos que se abrem e mãos que se fecham

Há mãos que aflagam e mãos que agridem.
Mãos que ferem e mãos que cuidam das feridas.
Mãos que destroem e mãos que edificam.
Mãos que batem e mãos que recebem as pancadas por outros

Há mãos que apontam e guiam e mãos que desviam.
Mãos que são temidas e mãos que são desejadas e queridas.
Mãos que dão arrogância e mãos que se escondem ao dar.
Mãos que escandalizam e mãos que apagam os escândalos.
Mãos puras e mãos que carregam censuras.

Há mãos que escrevem para promover e mãos que escrevem para ferir.
Mãos que pesam e mãos que aliviam.
Mãos que operam e que curam e mãos que "amarguram".

Há mãos que se apertam por amizade e mãos que se empurram por ódio.
Mãos furtivas que traficam destruição e mãos amigas que desviam da ruína.
Mãos finas que provam dor e mãos rudes que espalham amor.

Há mãos que se levantam pela verdade e mãos que encarnam a falsidade.
Mãos que oram e imploram e mãos que "devoram" .
Mãos de Caim que matam.
Mãos de Jacó que enganam.
Mãos de Judas que entregam.

Mas há também as mãos de Simão, que carregam a cruz,
e as mãos de Verônica, que enxugam o rosto de Jesus.

Onde está a diferença ?
Não está nas mãos, mas no coração
É na mente transformada que dirige a mão santificada, delicada.
É a mente agradecida que transforma as mãos em instrumentos de graça.
Mãos que se levantam para abençoar,
Mãos que baixam para levantar o caído,
Mãos que se estendem para amparar o cansado.
São como as mãos de Deus que criam, que guiam,
que salvam; que nunca faltam.
Existem mãos ... e mãos ...

* Texto adquirido da Internet,
sem menção do autor.



Este boletim tem por finalidade informar sobre textos, publicações e atos legislativos que julgamos ser interessantes e úteis na gestão empresarial.

Alertamos para eventuais alterações ocorridas após sua veiculação.

Fale conosco

Moore Stephens
auditores e consultores
www.msbrasil.com.br

Comunicação e redação
mary@msbrasil.com.br
55 16 3019 7900

Escritório Ribeirão Preto - SP
msprisma@msbrasil.com.br

Escritório São Paulo - SP
mssp@msbrasil.com.br

Escritório Curitiba - PR
mspr@msbrasil.com.br

Escritório Joinville - SC
mssc@msbrasil.com.br

Escritório Recife - PE
ateodoro@msbrasil.com.br