

TRANSPARÊNCIA NO TERCEIRO SETOR: UM ESTUDO SOBRE AS ORGANIZAÇÕES FILANTRÓPICAS

Autores: Alexandra Ribeiro Soldi, Claudia Regina Hatz, Gilmar Rinaldini dos Santos, Meyriane Martins da Silva

Orientador: Marco Antonio Figueiredo Milani Filho

RESUMO

O presente trabalho objetivou conhecer o nível de transparência das organizações filantrópicas de São Paulo, assim como evidenciar fatores que contribuam para uma prática transparente nessas organizações. No Brasil, existem cerca de 5.240 entidades reconhecidas oficialmente como filantrópicas e que atendem diferentes demandas sociais. Por movimentarem recursos públicos e privados, essas organizações deveriam oferecer aos seus *stakeholders* informações úteis e confiáveis para o monitoramento dos recursos alocados e avaliação das ações sociais. Este estudo exploratório estabeleceu critérios para a avaliação do grau de transparência apresentado pelas entidades. Considerou-se uma amostra de 235 organizações filantrópicas paulistanas. Os dados foram coletados em fontes primárias e secundárias, como questionários, pesquisa em *websites* das organizações e relatórios de atividades. Os resultados apontaram que, apesar da necessidade de prestação de contas à sociedade, 49% das organizações filantrópicas apresentam um reduzido nível de transparência, 47% podem ser consideradas parcialmente transparentes e, somente, 4% foram consideradas transparentes.

Palavras-chaves: organizações filantrópicas, transparência, *stakeholders*, prestação de contas.

1. Introdução

A participação do Terceiro Setor no cenário brasileiro é relevante, suprimindo ou complementando muitas necessidades sociais não atendidas pelo Governo. Estima-se que o setor movimente 1,5% do PIB e reúna cerca de 276 mil organizações (GIFE, 2001).

Considerando-se os recursos financeiros e não-financeiros recebidos, além dos benefícios fiscais previstos pela legislação, as entidades do Terceiro Setor estabelecem relações com diferentes grupos de interesses (*stakeholders*) nas esferas pública e privada. Nesse sentido, a transparência e prestação de contas a todos aqueles que as financiam e à sociedade civil, em geral, tornam-se questões inerentes à própria natureza dessas organizações.

O objetivo desta pesquisa foi conhecer o grau de transparência apresentado pelas Organizações do Terceiro Setor (OTS), particularmente as filantrópicas sediadas no município de São Paulo. Justifica-se o estudo pela fragilidade dos atuais mecanismos de acompanhamento dessas entidades por parte da sociedade em geral, cujos membros são constantemente assediados para a transferência de recursos nas formas de doações ou prestação de serviços voluntários, mas que pouco conhecem, por exemplo, sobre as informações financeiras dessas organizações ou quem são os seus dirigentes.

Espera-se que este trabalho contribua para a discussão do tema, ainda carente de pesquisas científicas no Brasil e, também, ofereça elementos auxiliares ao processo decisório de órgãos governamentais e empresas privadas que necessitem escolher instituições para alocar recursos em projetos sociais.

2. O Terceiro Setor e suas Organizações

Segundo Salamon (1997), pode-se notar diferenças significativas na maneira que os seres humanos se organizam no ambiente social, econômico e político. Apesar da diversidade de instituições, é preciso atentar-se para a existência de dois setores que convencionalmente dividem a vida social: o Primeiro Setor, representado pelo Governo, e o Segundo Setor pelo mercado, ou seja, o setor público e o privado.

Conforme Fernandes (1994), o Terceiro Setor se diferencia do Primeiro Setor (Governo) e do Segundo Setor (Mercado), pois mobiliza recursos privados com o intuito de promover ações em benefício público. Definir as entidades que compõem o Terceiro Setor e diferenciá-las dos demais setores, entretanto, não é tarefa simples, como observam Olak e Nascimento (2006), uma vez que diferentes terminologias, como organizações não governamentais, organizações da sociedade civil, organizações sociais, entidades filantrópicas, entidades do Terceiro Setor, entidades sem fins lucrativos etc, são utilizadas como sinônimos e geram uma certa confusão taxionômica. Para favorecer essa compreensão, Milani Filho (2006) delimita o seguinte panorama tri-setorial:

- Primeiro Setor: composto pelas organizações governamentais sem fins lucrativos;
- Segundo Setor: composto pelas organizações não-governamentais com fins lucrativos;
- Terceiro Setor: composto pelas organizações não-governamentais sem fins lucrativos;

Assim, as organizações podem ser classificadas pelo caráter governamental (ou não-governamental) e, simultaneamente, pela finalidade lucrativa (ou não lucrativa).

Ainda que marcadas pela heterogeneidade, pois as OTS reúnem associações culturais, fundações educacionais, entidades religiosas etc, todas possuem elementos comuns, que permitem caracterizá-las num mesmo grupo. Milani Filho (2004) resume essas características da seguinte maneira:

- Não há proprietários;
- Possuem autonomia para conduzirem suas atividades e administração;
- Suprem parte do papel do Estado atendendo necessidades sociais;
- Possuem estrutura e presença institucional;
- São dotadas de interesse social e visam proporcionar benefícios à sociedade na qual atuam;
- São unidades econômicas;
- Necessitam de recursos para manter suas atividades, podendo a fonte ser pública ou privada;
- Não distribuem resultados aos seus membros, reinvestindo os *superávits* obtidos;
- Podem gozar de privilégios fiscais conforme a legislação vigente.

2.1 Organizações Filantrópicas

Filantropia é a prática dos indivíduos que reflete “o amor à humanidade” pela dedicação voluntária de riqueza pessoal e habilidades para causas específicas. Como termo de caridade, a filantropia teve raízes históricas fundamentadas na religião, referindo-se a esforços privados para resolver problemas sociais comuns como pobreza ou ignorância. (ANHEIER, 2005, p.8).

Para Sposati (1997), a Filantropia deve ser entendida como a solidariedade para com a dignidade do ser humano, que permite a constituição de uma relação no campo dos direitos sociais e a universalidade da proteção social da seguridade social, devendo englobar a luta pela igualdade e equidade na sociedade. Muraro e Lima (2003) entendem que os principais aspectos das organizações filantrópicas são a solidariedade e a prestação de serviços à comunidade.

Apesar de várias organizações estarem voltadas a promover o bem comum, para serem reconhecidas oficialmente como filantrópicas é necessário obter certificações e titulações específicas, sob determinadas condições legais, como o Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEBAS) referido no inciso IV do artigo 18 da Lei nº. 8.742 de 7 de dezembro de 1993 e regulado pela Resolução CNAS nº. 177 de 10 de agosto de 2000. Para requerer esse certificado, as organizações devem atuar em uma das seguintes categorias:

- Proteção à família, maternidade, infância, adolescência e velhice;
- Amparo às crianças e adolescentes;
- Ações relativas a pessoas portadoras de deficiências;
- Assistência social ou saúde;
- Integração de pessoas ao mercado de trabalho;
- Defesa dos beneficiários da Lei Orgânica de Assistência Social.

Para que a entidade possa usufruir os benefícios a elas destinados, como a isenção de taxas e contribuições, essa deve apresentar o CEBAS – que tem duração de 3 anos, podendo ser renovado por igual período desde que a organização não tenha incorrido em falta grave junto com o título de utilidade pública. Esse título pode ser cancelado mediante descumprimento dos requisitos estabelecidos.

De acordo com o Ministério da Previdência e Assistência Social (2006), existem 5.240 entidades filantrópicas registradas no Brasil que detêm o CEBAS. Na Tabela 1, verifica-se a concentração das entidades filantrópicas por Estado, destacando-se São Paulo com 38,6% do total, Minas Gerais com 15% e Rio Grande do Sul com 10,5%.

Tabela 1 - Entidades Filantrópicas por Unidade Federativa

UF	Nº. entidades	Part. %	Acum. %
SP	2025	38,60%	38,60%
MG	787	15,00%	53,70%
RS	550	10,50%	64,20%
PR	491	9,40%	73,50%
RJ	267	5,10%	78,60%
SC	260	5,00%	83,60%
Outros	860	16,40%	100,00%
Total geral	5.240	100,00%	

Fonte: MPAS (2006)

Na Tabela 2, pode-se observar qual a concentração, quanto à área de atuação, das entidades filantrópicas existentes no Brasil.

Tabela 2 - Entidades Filantrópicas e suas Áreas de Atuação.

Área de Atuação	S.Paulo - Capital (a)	a/b	a/d	Estado de S. Paulo (b)	b/d	Demais regiões (c)	c/d	Total Brasil (d)
Assist. Social	229	15,9%	7,4%	1441	46,7%	1646	53,3%	3087
Assist. Social e Educação	39	20,0%	5,5%	195	27,3%	519	72,7%	714
Assist. Social e Saúde	11	30,6%	7,5%	36	24,7%	110	75,3%	146
Assist. Social, Educ. e Saúde.	5	14,7%	3,6%	34	24,5%	105	75,5%	139
Subtotal (1)	284	16,6%	7,0%	1706	41,8%	2380	58,2%	4086
Educação	28	37,8%	7,8%	74	20,5%	287	79,5%	361
Educação e Saúde	6	66,7%	19,4%	9	29,0%	22	71,0%	31
Saúde	17	7,2%	2,2%	236	31,0%	526	69,0%	762
Subtotal (2)	51	16,0%	4,4%	319	27,6%	835	72,4%	1154
Total geral	335	16,5%	6,4%	2025	38,6%	3215	61,4%	5240

Fonte: MPAS (2006)

A área de atuação predominante é a de assistência social e o Estado de São Paulo abriga 41,8% do total de entidades com essa finalidade e a capital paulista reúne, sozinha, 7% de todas as organizações desse tipo no cenário nacional.

3. A Transparência

A transparência pode ser definida através de várias abordagens. Em uma delas, relativa à observação das atividades da organização no mercado, Board *et al.* (2002) define a transparência como a habilidade de observar, de forma razoável, os níveis atuais e recentes das atividades do mercado.

De acordo com Bushman *et al.* (2004), para a observação das atividades das organizações no mercado é preciso que informações estejam disponíveis aos interessados. A transparência, nesse caso, seria proporcional ao nível de disponibilidade e disseminação de informações, para isso deve-se considerar a capacidade da organização em produzir, recolher, validar e disseminar informações às partes interessadas.

Porém, conforme alguns autores, como é o caso de Srinivasan (2006), divulgar qualquer tipo de informação não resolve o problema da falta de transparência, já que a informação disseminada deve possuir qualidade para que atenda às premissas da transparência.

McClure (2006) considera que a informação que atende essas premissas produz relatórios financeiros de qualidade que permitem uma análise mais clara e eficaz da situação financeira da organização.

Nesse contexto, segundo Bueno (2006), a prática da transparência requer, efetivamente, para muitas organizações, uma mudança profunda em seu processo de gestão. Dificilmente aquelas que se caracterizam por uma hierarquia rígida e decisões centralizadas ou descartam a participação como elemento de sua cultura, estão preparadas para uma autêntica interação com o mercado. Essas organizações, em geral, receiam abrir-se para os seus públicos, como se essa situação representasse um perigo.

De acordo com o referido autor, a desconfiança e o receio dessas organizações se refletem em sua política de comunicação, normalmente acanhada e avessa ao profissionalismo. A organização transparente está, por definição, aberta ao diálogo. Isso significa que ela se empenha tanto em falar quanto em ouvir, estabelecendo canais permanentes com os seus públicos e buscando adaptar-se às novas demandas ou desafios, estando pronta para incorporar as sugestões dos seus colaboradores, admitindo rever ações e estratégias, se elas não se mostrarem adequadas.

Bueno (2006), ainda, afirma que a organização transparente prioriza o atendimento, favorece o contato e, sob nenhuma hipótese, manipula dados ou informações, com o objetivo de conseguir vantagens. Ela pratica como diz o mercado, o jogo limpo.

Outro ponto a ser considerado é que a falta de transparência, de acordo com Camargo (2001), pode afetar a captação de recursos, já que uma onda de desconfiança pode ser gerada por um ambiente de poucas informações ou de informações pouco claras. A relação transparente é importante para a captação de recursos, pois nenhum agente racional destinaria um valor de seu patrimônio a uma entidade obscura e sem evidências de que sua aplicação está sendo feita de forma apropriada.

Falconer e Vilela (2001) afirmam que as organizações filantrópicas deveriam operar com transparência revelando critérios de acesso aos recursos. Porém evidenciam em sua obra que essa prática não é freqüente, e afirmam que no Brasil são poucas as organizações que publicam diretrizes e guias de aplicação de recursos, mesmo sendo este um dos meios de promover a transparência.

De acordo com Board *et al.* (2002), um nível elevado de transparência é sempre desejável e os custos para aumentar a transparência tendem a reduzir-se diante do progresso tecnológico.

De forma geral, os critérios mais citados são:

- Divulgação Financeira;
- Disponibilidade de informações operacionais e administrativas aos diferentes públicos;
- Acesso às instalações físicas;
- Divulgação dos nomes dos membros da administração;

Para este estudo, tais critérios foram adotados como referencial comparativo das OTS pesquisadas, considerando que na literatura científica inexistem um modelo geral de avaliação do grau de transparência dessas entidades.

3.1 Divulgação Financeira

Segundo Hendriksen e Van Breda (1999), existem certos conceitos e certas características qualitativas da informação que devem ser observadas para que a informação contábil cumpra com o dever de fornecer informações confiáveis, sobre os recursos da empresa, aos usuários externos como acionistas, fornecedores, governo etc., e assim se tornar uma ferramenta importante no processo de tomada de decisão.

A informação deve estar disposta de forma a satisfazer as necessidades de seus usuários sem beneficiar um ponto de vista específico. Para Hendriksen e Van Breda (1999), a informação cumpre com o seu objetivo à medida que seja relevante e confiável, além de permitir a comparabilidade, favorecendo a identificação de semelhanças e diferenças entre entidades do mesmo ramo ou até mesmo a comparação da própria entidade em períodos diferentes.

Quanto à divulgação, Bushman *et al.* (2004) consideram que essa deve ocorrer através de relatórios periódicos. Esses relatórios devem contemplar a divulgação financeira, assim como os

princípios contábeis que foram utilizados na mensuração dos eventos e transações e as políticas de governança corporativa.

Um dos principais objetivos da divulgação financeira é fornecer informações úteis no processo de tomada de decisões, por isso é importante que a informação divulgada seja apropriada e relevante, pois afetará não só comportamento de diferentes stakeholders.

3.2 Disponibilidade de informações estratégicas, operacionais e administrativas aos diferentes públicos

A missão é a declaração que explica porque a organização existe e a que tipo de atividades se dedica, possibilitando que o usuário da informação verifique as propostas e objetivos definidos (Hudson, 1999; Connors, 2002). A divulgação da missão é importante e funciona como um convite ao público para que participem dos projetos. O cumprimento da missão e continuidade operacional são os principais objetivos de uma OTS (Milani Filho, 2004).

O sucesso de uma OTS, segundo Connors (2002), é verificado pelo quanto se conseguiu beneficiar a sociedade através da combinação de esforços e recursos. Conhecer, objetivamente, se metas e objetivos relacionados à missão da entidade e seu desempenho na captação de recursos propicia aos *stakeholders* elementos fundamentais para a avaliação do sucesso da OTS.

Com relação à comunicação das atividades operacionais e administrativas, cabe aos gestores da OTS decidir sobre a mídia a ser utilizada, considerando-se as necessidades dos diferentes públicos, além de se escolher da forma pela qual os *stakeholders* terão acesso a informação e o que lhes será transmitido representam as principais ferramentas da comunicação que permite que essa contemple os diferentes objetivos dos usuários da informação.

Alcântara e Alvarez (2006) afirmam que se deve escolher o canal que apresente a melhor relação custo x benefício, dentre as opções disponíveis, como: mala direta, *telemarketing* e *Internet*. Os processos que envolvem a troca de informações e comunicação vêm adquirindo uma crescente importância. Adulis (2001) cita a *internet* como uma ferramenta valiosa para as OTS, pois através dela tornou-se possível o aprimoramento do acesso às informações assim como a disseminação às pessoas, comunidades e outras organizações.

Apesar dos benefícios mencionados, Adulis (2001) esclarece que poucas OTS utilizam os recursos que a *internet* oferece, as que utilizam restringem seu uso à simples troca de *e-mails* ou busca de informações, deixando de utilizá-la como meio de colaboração e produção de conhecimento pelo fato de ainda não terem se dado conta de como a *internet* pode ser útil em suas atividades.

A comunicação é uma das principais ferramentas do *marketing* (Goldschmidt, 2006; Jenkinson, 2005). Sargeant (2001) e Voltolini (2004) argumentam que o *marketing* deveria ser usado como orientação em um processo de planejamento pelos gestores de OTS, considerando a cobrança da sociedade em relação à eficácia, transparência e austeridade na administração dos recursos privados para fins públicos, além do contato com potenciais doadores de recursos.

A idéia é reforçada por Alcântara e Alvarez (2006), que salientam que as organizações precisam desenvolver formas que tornem os processos de comunicação mais eficientes, aproveitando melhor o *marketing*, pois a comunicação com os *stakeholders* ainda é bem menor do que deveria ser na maioria das organizações sem fins lucrativos.

Para Diehl (2005), em um momento em que a integridade das OTS está constantemente em dúvida, é particularmente importante comunicar-se claramente com o mundo, melhorando dessa

forma não só a comunicação dessa organização como também a confiança no setor como um todo.

Algumas organizações sociais, embora idôneas em suas causas e corretas na administração de recursos financeiros, podem passar uma imagem diferente, devido à dificuldade na comunicação desses valores. Assim, a comunicação “pode ajudar a transformar causas em marcas fortes, que tenham longevidade, personalidade e consistência” (VOLTOLINI, 2004, p. 165). Ressalta-se que a comunicação pode ser útil quanto ao posicionamento da organização.

3.3 Acesso às instalações físicas

A verificação das instalações físicas da OTS permite não apenas comprovar-se a sua própria existência mas, também, conhecer as atividades desenvolvidas *in loco*. Segundo Drucker (1994), a confiança dos atuais e potenciais doadores se fortalece diante da constatação de que os serviços prometidos estão sendo, de fato, realizados. Nesse sentido, ter a possibilidade de conhecer, pessoalmente, os trabalhos realizados pela entidade pode representar a diferença no processo de alocação de recursos dos potenciais doadores.

Milani Filho (2004) destaca o estabelecimento de relações de transparência com a comunidade no entorno que algumas entidades filantrópicas promovem, legitimando a atuação social com os moradores locais.

3.4 Divulgação dos nomes dos membros da administração

A divulgação dos membros do conselho e da administração da organização liga-se às questões de governança corporativa (neste caso, de OTS) e a quebra de assimetrias informacionais sobre os responsáveis pelas decisões estratégicas e operacionais da entidade. Uma vez que não existe a propriedade, os membros do conselho representam o controle da organização e devem zelar pelo acompanhamento dos resultados e desempenho dos gestores, zelando para o respectivo cumprimento da missão social (HUDSON, 1999).

Sob a ótica do doador de recursos, seja esse uma pessoa física ou jurídica, conhecer quem são os responsáveis pela condução das atividades e pelas decisões estratégicas pode favorecer a credibilidade da organização e representar um diferencial para a entidade com relação ao seu processo de captação de recursos.

Assim como em empresas, o principal executivo de OTS responde pela organização perante os diferentes *stakeholders*. Para a prestação de contas à sociedade, ainda que atuem em caráter voluntário, os responsáveis pela entidade responderão pelo desempenho obtido e arcarão com as implicações decorrentes, inclusive legais.

3. Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa exploratória considerou uma amostra de 235 organizações filantrópicas paulistanas detentoras do CEBAS, selecionadas por conveniência, representando 70% da quantidade total (335) cadastrada no Ministério da Previdência e Assistência Social. A coleta de dados foi realizada em fontes primárias e secundárias, servindo-se de entrevistas semi-estruturadas, questionários e consultas em *websites* e publicações impressas e eletrônicas. Todas as 235 entidades foram contadas e questionadas diretamente sobre as informações disponibilizadas. Posteriormente, realizaram-se entrevistas com gestores de 20 entidades diferentes, representando 10 % da amostra, escolhidas aleatoriamente para detalhamento das respostas apresentadas.

Para a avaliação do nível de transparência, cada organização foi classificada conforme o atendimento os seguintes critérios gerais: divulgação financeira e disponibilização de demais informações e documentos sobre o desempenho operacional, econômico-financeiro e social, acesso físico às instalações da entidade e divulgação dos nomes dos membros da administração.

Em cada um desses critérios foi analisada a presença de itens específicos, que pudessem ser caracterizados como itens de transparência, como: acesso ao *website* da instituição; *e-mail* para contato; publicação de demonstrações financeiras; relatórios de atividades e análise de desempenho; material informativo (revistas, jornais, boletins eletrônicos); estatuto social; endereço da sede; nomes dos membros da administração; títulos e certificações públicas; declaração da missão; fontes de captação de recursos. Cada item recebeu uma pontuação de 0 (inexistente) a 5 (atendimento pleno). As 235 entidades avaliadas receberam pontuações proporcionais ao atendimento dos critérios verificados.

A escala de transparência, apresentada a seguir, foi estabelecida conforme o nível de atendimento dos critérios estabelecidos, variando de 0% (nenhum critérios foi atendido) a 100% (atendimento pleno).

- 0% a 30% – não é transparente
- 31% a 70% – parcialmente transparente
- 71% a 100% – transparente

Não foi objetivo deste estudo a avaliação dos aspectos qualitativos dos documentos e das informações financeiras coletadas, cujos critérios de análise centraram-se na presença ou ausência dos mesmos.

4. Análise dos Dados

Das 235 OTS da amostra pesquisada, observou-se que 24% (56 entidades) publicam as demonstrações financeiras em jornais de grande circulação e 4% (10) divulgam somente no seu próprio *site*. As informações financeiras de 72% das entidades não estão disponibilizadas publicamente.

Observaram-se as seguintes características nas 56 demonstrações financeiras encontradas:

Atualização: apenas 55% estão atualizadas, ou seja, disponibilizam as informações referentes ao encerramento do exercício de 2005.

Demonstrações financeiras obrigatórias: 100% publicam o Balanço Patrimonial, 91% as Demonstrações do Resultado do Exercício, 66% as Demonstrações das Origens e Aplicações de Recursos, 61 % as Demonstrações das Mutações do Patrimônio Líquido e 64% as Notas Explicativas.

Auditoria das demonstrações financeiras: A presença de parecer de auditoria independente foi verificada em apenas 43% das organizações. A presença do parecer do Conselho Fiscal foi verificada em 23% das organizações.

Das 235 OTS pesquisadas, 201 foram contatadas por *e-mail* ou telefone e receberam o questionário, 34 OTS não puderam ser contatadas por apresentarem endereço incorreto ou indisponível. O índice de respostas foi de 10% (20 questionários completamente respondidos). A seguir, encontram-se os principais dados dos respondentes.

Frequência de solicitação de informações financeiras: Observou-se que 85% das organizações alegam que, dificilmente, recebem solicitação de informações, 10% alegam receber até 5 pedidos no mês e apenas 5% dizem receber mais que 15 pedidos no mês.

Acesso às informações financeiras pelos colaboradores e voluntários: Observou-se que em 70% das organizações os colaboradores e voluntários tem acesso às informações financeiras e em apenas 5% não é permitido o acesso. Destaca-se que 25% das organizações quando questionadas não manifestaram resposta. De acordo com as respostas obtidas, o acesso a essas informações ocorre através da publicação de Balanços, relatório de eventos e boletins, jornais das organizações, nos murais das mesmas, através de reuniões com associados e verbalmente.

Elaboração de relatório anual: 95% das organizações respondentes afirmaram elaborar o relatório anual, mas na pesquisa em meios eletrônicos e em periódicos impressos não foi encontrado tal relatório.

Os meios de comunicação mais utilizados pelas organizações são: jornais e revistas (32%), *site* (20%) e folhetos e mala direta (16%).

Tipo de informação disponibilizada em *websites*: as informações operacionais são as mais frequentes (49%). A informação encontrada com menor frequência são os Estatutos e Atas de reuniões, com incidência de apenas 6%.

Frequência de atualização das informações: 30% das organizações as atualizam mensalmente, 5% trimestralmente, 15% semestralmente, 25% em período superior a um semestre e 5% não possuem um período regular para atualização, que segundo as organizações, varia de acordo com as necessidades.

Formalização dos objetivos e missão: Observa-se que 60% das organizações formalizam seus objetivos e missão através de seus Estatutos, 30% utilizam-se do Estatuto e do Regimento Interno e 5% utilizam apenas o Regimento Interno. Apenas 5% alegam não formalizar os objetivos e missão.

Acesso às instalações e informações da organização: 95% das organizações permitem que os interessados visitem seu espaço físico, sendo que algumas solicitam apenas o agendamento prévio para a visita.

Divulgação da identidade dos administradores: Apurou-se que 85% das organizações divulgam a identidade de seus administradores. Quanto à forma de divulgação, observa-se que os mais frequentes são: *site* (34%) e jornal da instituição (12%).

Seleção dos membros da organização: Quanto à existência de processos seletivos para aqueles que se interessam em trabalhar nas OTS, verificou-se que 90% das organizações adotam algum tipo de processo. Os meios mais frequentes para a seleção dos membros das organizações são: Votação em Assembléia com os associados (22%), análise de currículo e análise de currículo para funcionários e eleições para cargos da Diretoria (11%) e de acordo com as especificações do Estatuto (6%). Os requisitos comumente exigidos são adequação com a causa da organização e capacitação técnica correspondente à função.

Existência de organograma: Quando questionadas quanto à existência de organograma, 50% responderam que elaboram e 50% não o fazem. Das que elaboram, 20% não o divulga e 5% só o elabora a nível de Diretoria.

Grau de cumprimento dos objetivos estabelecidos através da observação das atividades realizadas: Das organizações que responderam os questionários, 80% alegam que é possível tal verificação e apenas 15% alegam não ser possível.

Vinculação de destinação da verba captada no processo de captação de recursos: quanto à forma de evidencição da verba captada, 80% das organizações as evidencia. Aquelas que não o fazem (20%) alegam que :

- A verba é direcionada a um caixa único, não sendo possível a evidencição;
- A organização não recebe doações;

- A organização possui muitos segmentos o que torna inviável a evidenciação.

Quando questionadas quanto à abordagem junto a um possível doador e relação a destinação do recurso que se deseja captar, as organizações responderam que costumam utilizar das seguintes ferramentas para evidenciar onde a verba captada será alocada: apresentação do projeto; contratos; carta de solicitação de ajuda; relatórios explicativos e material informativo interno. Observaram-se casos de OTS que recebem verbas do Governo, cuja destinação já é previamente fixada, ou seja, a verba captada já tem destinação definida, dispensando tais procedimentos.

Seguindo-se os critérios avaliativos adotados neste trabalho, chegou-se aos seguintes resultados sobre o grau de transparência das 235 organizações pesquisadas:

- 49% não são transparentes;
- 47% são parcialmente transparentes;
- 4% são transparentes.

5. Considerações Finais

Atualmente, verifica-se que as OTS têm uma participação significativa em nossa sociedade. A necessidade de informações confiáveis aos *stakeholders* e o volume de recursos movimentados são alguns dos fatores que vem alimentando discussões sobre a evidenciação da atuação dessas organizações.

O objetivo desta pesquisa foi analisar o grau de transparência das organizações filantrópicas paulistanas e evidenciar os fatores que podem contribuir para uma prática considerada transparente. Apesar da transparência ser um dos elementos capazes de fortalecer a relação de confiança entre as OTS e os *stakeholders*, a análise descritiva dos resultados observados na amostra mostrou que o nível de transparência das organizações pesquisadas é baixo. Cerca de 78% das 235 entidades pesquisadas não divulgam, publicamente, relatórios financeiros. Essa constatação deveria servir de alerta aos órgãos públicos e à sociedade em geral sobre o grau de relacionamento esperado entre as partes. Ainda que todas as entidades filantrópicas sejam obrigadas a prestar contas ao Governo para a renovação de seu certificado de filantropia (CEBAS) para a manutenção dos benefícios fiscais, é questionável a prestação de contas aos demais *stakeholders*.

Nos casos em que a divulgação financeira se faz presente, encontra-se o problema da falta de atualização ou publicações que não apresentam as demonstrações contábeis obrigatórias, o que acaba comprometendo a análise por parte dos *stakeholders*.

Apesar dos benefícios da divulgação de informações serem maiores que os custos, já que a prática da divulgação pode fortalecer as relações com possíveis doadores e viabilizar uma melhor captação de recursos, poucas organizações parecem priorizar tal relação. Outro fato que agrava a precariedade da prestação de contas dessas entidades é a ausência de instrumentos padronizados que permitam a verificação do cumprimento ou não da missão à qual se comprometeram.

Freqüentemente, são divulgados nos *websites* das entidades seus endereços eletrônicos para contato, fotos do público atendidos e nº da conta para doações, em contrapartida, informações como estatuto, revistas, jornais ou boletins eletrônicos para acompanhamento das atividades da organização e relatório de prestação de contas quanto aos recursos captados e sua destinação são pouco freqüentes.

O estatuto e a prestação de contas são elementos, que apesar de pouco freqüentes, são de suma importância já que através deles temos, respectivamente, a formalização da missão e dos objetivos da organização e a demonstração dos recursos captados e sua aplicação. Nota-se que para verificar se o recurso foi utilizado da forma devida é preciso conhecer os objetivos e a

missão que, desde que formalizados, devem nortear as atividades das organizações para o alcance de objetivos pertinentes ao seu campo de atuação.

Tal situação é preocupante, considerando que aqueles que desejam destinar recursos às OTS se interessam cada vez mais em conhecer sua aplicação, assim a divulgação dessa informação torna-se um elemento relevante na relação entre as organizações e os doadores. Da mesma forma que se encontram publicações com defasagens quanto às informações disponibilizadas, também se encontra casos de organizações que atendem os princípios contábeis geralmente aceitos e ainda submetem as informações à auditoria independente, o que confere maior confiabilidade à informação divulgada. Outro ponto agravante percebido nessa análise foi que dificilmente as organizações recebem solicitação de informações, 85% delas, ou seja, as organizações não apresentam um nível desejado de transparência e também não são cobradas por isso.

Assim, conforme os critérios adotados neste trabalho, apenas 4% das organizações pesquisadas podem ser classificadas como transparentes, enquanto 47% são parcialmente transparentes e 49% encontram-se na categoria de não transparentes.

Para futuros trabalhos, sugere-se a verificação do grau de transparência não somente das entidades filantrópicas, mas também das outras entidades do Terceiro Setor.

REFERÊNCIAS

ADULIS, Dalberto. O mercado de trabalho e gestão no terceiro setor. **Revista do Terceiro Setor**. Rede de Informações sobre o Terceiro Setor (Rits). São Paulo, 2001.

AGÊNCIA ESTADO, **Transparência é desafio para empresas investirem no social**. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/aprendiz/guiadeempregos/terceiro/noticias/ge010403.htm#1>. Acesso em 22 abril 2006.

ALCÂNTARA, Ieda; ALVAREZ, Rodrigo. **A técnica a serviço da aproximação com os doadores: Marketing de relacionamento nos Doutores da Alegria**. Disponível em: <<http://integracao.fgvsp.br/ano5/16/financiadores.htm>> Acesso em 05 abril de 2006.

ANHEIER, Helmut K. **Nonprofit Organizations: Theory, management, policy**. London: Routledge Publishers, 2005.

BEHN, Bruce; DELWYN, Devries. et. al. **The Determinants of Transparency in Nonprofit Organizations: An Exploratory Study** The University of Tennessee: 2005.

BOARD, John. *et al.* **Transparency and Fragmentation: Financial Market Regulation in a Dynamic Environment**. Palgrave Macmillan:2002.

BUENO, Wilson C. **A Transparência na Comunicação Empresarial**. Disponível em: <<http://www.comunicacaoempresarial.com.br/artigoconcorporativawilbuenotransparencia.htm>> Acesso em 21 de abril de 2006

BUSHMAN, Robert M.; PIOTROSKI, Joseph D. et. al. What Determines Corporate Transparency? **Journal of Accounting Research**, Printed in U.S.A. v. 42, n. 2, May 2004,

CAMARGO, Mariângela F. *et al.* **Gestão do Terceiro Setor no Brasil: Estratégias de captação de recursos para organizações sem fins lucrativos**. São Paulo: Editora Futura, 2001.

CONNORS, Tracy D. **The Nonprofit Handbook: Management**. John Wiley & Sons, Inc.: Third Editon, 2002

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE - CFC. **Manual de Procedimentos Contábeis e Prestação de Contas das Entidades de Interesse Social.** Brasília, Conselho Federal de Contabilidade, 2003.

DIEHL, Christine.; KORNER, Jhon. **Are charities good enough at using the media?** Third Sector., n. 402; London, Nov 2005. P. 23.

DIEHL, Christine. et.al. **Do charity communicators need a trade body?** Third Sector., n. 393, London: Aug 2005. P. 23.

DRUCKER, Peter. **Administração de Organizações Sem Fins Lucrativos - princípios e práticas.** São Paulo, Editora Pioneira, 1994.

FALCONER, Andrés P.;VILELA, Roberto. **Recursos Privados para Fins Públicos: As Grantmakers Brasileiras.** São Paulo; Fundação Peirópolis, 2001..

FERNANDES, Rubens.C. **Privado porém público: o terceiro setor na América Latina.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1994.

GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas. **Investimento Social Privado no Brasil.** São Paulo, Ed. Fundação Peirópolis, 2001. Disponível em: <http://www.integracao.fgvsp.br/> Acesso em 05 de abril de 2006

GOLDSCHMIDT, Andrea. **Estratégias de Comunicação para o Terceiro Setor.** Disponível em: < <http://integracao.fgvsp.br/ano6/08/financiadores.htm> > Acesso em 05 abril de 2006.

HENDRIKSSSEN, Elson.S. e BREDA, Michael.F. Van. **Teoria da Contabilidade.** São Paulo: Atlas, 1999

HUDSON, Mike. **Administrando organizações do terceiro setor.** São Paulo: Pearson, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **As Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil,** 2002. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em 21 de abril de 2006.

JENKINSON, Angus. et. al. **Optimising communications for charity brand management.** International **Journal of Nonprofit and Voluntary Sector;** v. 10, n.2, London: May 2005. 79p

McCLURE, Ben . **Show and Tell: The Importance of Transparency.** Disponível em: < <http://www.investopedia.com/articles/fundamental/03/121703.asp> > Acesso em 21 abril de 2006.

MILANI FILHO, Marco Antonio F. **A função controladoria em entidades filantrópicas: uma contribuição para a avaliação de desempenho.** Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis); Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2004.

MILANI FILHO, Marco Antonio F. **O Terceiro Setor e suas organizações - NETS.** Disponível em <http://www.mackenzie.com.br/nets/terceirosetor.htm>. Acesso em 15 de novembro de 2006.

MINISTÉRIO DA PREVIDÊNCIA E ASSISTÊNCIA SOCIAL – MPAS - **Cadastro das entidades isentas.** Disponível em:< [http://www020.dataprev.gov.br/pls/filantro/filan\\$.startup](http://www020.dataprev.gov.br/pls/filantro/filan$.startup)> Acesso em 15 de abril de 2006.

MURARO, Piero; LIMA, José Edmilson de S.. **Terceiro setor, qualidade ética e riqueza das organizações.** **Revista FAE,** v.6, n.1, jan./abr. 2003; Curitiba. P. 79-88

OLAK, Paulo A.; NASCIMENTO, Diogo T. **Contabilidade para entidade sem fins lucrativos: terceiro setor.** São Paulo: Atlas, 2006.

O'NEIL, Michael. **The Third America: The Emergence of the Nonprofit Sector in the United States.** San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 2000. P. 1-19

SALAMON, Lester M. **Defining the nonprofit sector: a cross-national analysis** Baltimore: The Johns Hopkins University, 1997. P. 9-14; 29-34

SARGEANT, Adrian; KAUFFMAN, Ewing, M.. **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing. Binghamton**, v. 9, n. 1,2: pg. 185, 2001.

SPOSATI, Aldaíza. Mínimos sociais e seguridade: uma revolução da consciência da cidadania. **Revista Serviço Social e Sociedade**, São Paulo, Ano XVIII, n. 55, p. 9-38, novembro de 1997;

SRINIVASAN, Suraj. **Corporate Transparency Improves For Foreign Firms in U.S. Markets**. Disponível em: < <http://hbswk.hbs.edu/item.jhtml?id=3489&t=globalization>> Acesso em 22 abril de 2006.

VOLTOLINI, Ricardo. (Organizador). **Terceiro Setor: Planejamento & Gestão**. São Paulo: ed. Senac, 2004.