



# COMO AS EMPRESAS PODEM APOIAR O ROTARY

## Marketing de Causa – Informações e Diretrizes

Obrigado por seu interesse em apoiar o Rotary. Somos 1,2 milhão de líderes voluntários de mais de 35.000 Rotary Clubs em mais de 200 países e regiões geográficas que se dedicam a sanar os maiores desafios humanitários do mundo.

Junto com nossos parceiros, trabalhamos para:

- Erradicar a pólio — unindo o mundo para eliminar a paralisia infantil de uma vez por todas.
- Promover a paz — incentivando o diálogo para promover a compreensão entre todas as culturas.
- Combater doenças — educando e capacitando comunidades para interromper a transmissão de enfermidades que podem ser fatais.
- Fornecer água limpa — implementando soluções locais para que mais pessoas tenham acesso à água limpa, todos os dias.
- Salvar mães e filhos — possibilitando que tenham acesso a cuidados médicos de qualidade para viverem uma vida mais saudável e longa.
- Promover a educação — treinando educadores para engajar as crianças e despertar nelas o desejo de aprender.
- Desenvolver economias locais — criando oportunidades para ajudar pessoas e comunidades a se desenvolverem financeira e socialmente.

### Vantagens do Marketing de Causa

De acordo com a pesquisa da Cone Communications/Ebiquity Global CSR de 2015, consumidores de todo o mundo estão hoje mais informados e capacitados do que nunca. Eles sabem do impacto que podem causar, não apenas por meio de suas decisões nas compras, mas também com relação a escolhas pessoais que visam promover mudanças sociais e ambientais.

A pesquisa revelou que, antes de tomar decisões importantes, os consumidores levam em consideração o compromisso social e ambiental das empresas:

- **90%** estão dispostos a **trocar de marca** e passar a usar uma que esteja associada a uma boa causa, contanto que ofereça preço e qualidade similares.
- **83%** dizem que, quando possível, tentam **adquirir produtos** ou serviços de empresas que demonstrem responsabilidade social ou ambiental.
- **88%** têm uma **imagem mais positiva** de empresas que apoiam causas sociais e ambientais.
- **79%** são mais propensos a **confiar** em empresas que apoiam questões sociais e ambientais.
- **67%** são mais **leais** a empresas que apoiam questões sociais e ambientais.

Empresas que formam fortes vínculos com uma organização associada a uma causa, como o Rotary, podem se beneficiar dessas tendências, aumentando o engajamento, a confiança e a lealdade dos seus clientes. As

informações e diretrizes abaixo o ajudarão a determinar se um relacionamento com o Rotary, ligado a uma campanha de marketing de causa, pode atender aos objetivos da sua empresa e, ao mesmo tempo, promover nossas áreas de atuação.

## Marketing de Causa do Rotary International

### Transparência e prestação de contas

O Rotary segue os padrões de transparência e prestação de contas para entidade filantrópicas ([Standards for Charity Accountability](#)) da Better Business Bureau (BBB). Estas diretrizes voluntárias dos EUA requerem que os aspectos operacionais da organização, incluindo o marketing de causa, sejam total e claramente revelados aos consumidores. Assim, quando fundos são arrecadados por meio de venda ou promoção, nós requisitamos que todos os benefícios à organização sejam comunicados claramente em todas as embalagens, propagandas e materiais promocionais. Todas as empresas que formarem um relacionamento com o Rotary para marketing de causa deverão cumprir este requisito. Para garantir que tais requisitos sejam cumpridos, o Rotary trabalhará com sua empresa para sugerir e aprovar o texto a ser divulgado. Estes padrões também se aplicam a promoções on-line.

### Critérios para empresas

O Rotary geralmente prefere formar relacionamentos visando marketing de causa com organizações que estejam operando há pelo menos um ano. Produtos novos lançados por uma empresa já consolidada poderão ser considerados.

### Banco de dados do Rotary

Nosso quadro de associados é muito grande e cobre o mundo todo. No entanto, não formamos relacionamentos para marketing de causa voltado somente a associados. Trabalhamos com empresas dispostas a alcançar um público mais amplo, inclusive sua própria clientela, por meio da divulgação e apoio às causas e à marca do Rotary. Empresas que desejarem promover seus produtos somente a associados de Rotary Clubs podem postar suas ofertas no Rotary Global Rewards, nosso programa de benefícios para associados.

O Rotary não venderá, emprestará ou distribuirá sua lista de endereços postais ou eletrônicos a qualquer empresa ou indivíduo.

### Endosso

O Rotary não endossa os produtos ou serviços de nenhuma empresa. Todos os materiais promocionais e comunicações deverão ser analisados e aprovados pelo Rotary antes de sua utilização, para garantir que não incluam texto ou imagem sugerindo endosso ou aprovação por parte da nossa organização.

### Propaganda

O Rotary pode mencionar publicamente relacionamentos formados para marketing de causa. No entanto, por se tratar de uma organização sem fins lucrativos, o Rotary não pode fazer propaganda de seus parceiros ou promover, vender ou distribuir seus produtos ou serviços.

### Celebridades

O Rotary não fará o recrutamento de celebridades para promoverem empresas com as quais tenha relacionamento para marketing de causa.

### Licenciamento e utilização do logo

O Rotary é proprietário do nome "Rotary", da assinatura do Rotary, Marca de Excelência, logotipo da Convenção anual e de inúmeras outras palavras e designs (Marcas do Rotary). Após o estabelecimento de um acordo de apoio à sua missão e compromisso financeiro, o Rotary poderá autorizar ou não a utilização de suas Marcas. É proibido o uso das Marcas do Rotary, a não ser que um contrato legal devidamente assinado inclua os direitos de licenciamento e indique o modo pelo qual as Marcas do Rotary serão usadas. O uso só será autorizado depois que o Rotary receber tal contrato. Todas as Marcas do Rotary devem ser usadas em conformidade com os padrões

gráficos estabelecidos na Seção 33 do Código Normativo da organização e só podem ser usadas por terceiros mediante autorização por escrito do Rotary.

#### Links no website

O Rotary não colocará em seus websites links para sites externos, a menos que especificado no acordo de marketing de causa ou outro acordo.

#### Empreendimentos comerciais conjuntos (promoções que visam beneficiar o Rotary)

Além dos requisitos do Padrão 19 da BBB, qualquer promoção que incentive vendas ou alguma ação por parte do consumidor nos EUA pode estar sujeita à legislação sobre empreendimentos conjuntos de certos estados americanos. Tal legislação varia conforme o estado, podendo exigir o registro da entidade filantrópica e/ou empresa, registro de um contrato por escrito, apresentação de um relatório financeiro final e fornecimento de certos dados sobre a propaganda. O Rotary cumprirá todas as leis estaduais relacionadas a empreendimentos comerciais conjuntos e qualquer norma internacional referente à realização de campanhas fora dos EUA. Embora o Rotary não possa dar conselhos jurídicos a terceiros, recomendamos que, antes de iniciar um relacionamento com o Rotary para marketing de causa, a empresa consulte um advogado para assegurar que esteja cumprindo todas as normas aplicáveis.

#### Contrato

Todas as campanhas de marketing de causa devem contar com um contrato por escrito, seja com o Rotary International ou a Fundação Rotária, especificando os termos do relacionamento, incluindo datas da campanha, a quantia a ser doada por transação e qualquer contribuição mínima ou máximo garantida.

#### Doação mínima garantida

O Rotary requer a garantia de uma doação mínima para todas as campanhas de marketing de causa. Embora o valor seja determinado conforme o caso, o Rotary visa obter uma garantia mínima de US\$50.000 para uma campanha de curta duração e pelo menos US\$100.000 para um relacionamento de um ano. Os fatores a serem considerados para determinar o valor mínimo incluem tamanho e reputação da empresa, prestígio e poder da marca da empresa, habilidade de a promoção aumentar a visibilidade das causas defendidas pelo Rotary ou ampliar seu quadro de doadores ou associados, compromisso promocional ligado à campanha, produtos promovidos e sua qualidade, preço dos produtos e canais de distribuição, além de outros fatores ligados ao relacionamento.

Se tiver alguma pergunta, envie um e-mail para [sponsorships@rotary.org](mailto:sponsorships@rotary.org).