

PERSPECTIVAS PARA A FILANTROPIA NO BRASIL 2022



IDIS
DESENVOLVENDO O
INVESTIMENTO SOCIAL

AS SOCIEDADES ESTÃO MAIS COMPLEXAS. OS PROBLEMAS A SEREM ENFRENTADOS TAMBÉM.

No século XIX, um dos grandes nomes da filantropia, o empresário Andrew Carnegie, disse que era mais fácil fazer fortuna do que doar o dinheiro de forma inteligente. Mais de um século nos separam dessa declaração e, desde então, as sociedades se tornaram mais complexas, assim como seus problemas. E o desafio enfrentado pelos filantropos, que querem gerar o maior impacto possível com suas doações, cresceu consideravelmente, depois de dois anos de pandemia e de sua consequente crise econômica e social.

Foi pensando nas decisões com as quais se defrontarão os filantropos brasileiros em 2022 que elaboramos este artigo, trazendo algumas perspectivas que enxergamos em nosso trabalho cotidiano, tanto no Brasil quanto no exterior. As perspectivas funcio-

nam como janelas que se abrem para diversas paisagens e em cada uma está acontecendo algo diferente, que pode influenciar a forma como o investidor social privado entende o contexto no qual está inserido, as várias possibilidades a seu alcance e os efeitos de suas resoluções.

É preciso deixar claro que não tivemos, em momento algum, a pretensão de traçar um quadro completo da realidade e do que deve ser considerado por um filantropo ao refletir sobre como pretende fazer suas doações. Mas temos, sim, a intenção de enriquecer esse momento e, de algum modo, contribuir para que o investidor social tenha mais elementos que colaborem para que sua decisão seja a melhor para ele, a melhor para os beneficiários e a melhor para o Brasil.

PERSPECTIVA

1

MAIS GRANTMAKERS, MENOS PROJETOS PRÓPRIOS

A filantropia ganha relevância em seu papel de financiadora das organizações da sociedade civil que buscam soluções para os problemas complexos.

PERSPECTIVA

2

EMERGÊNCIA E LONGO PRAZO

A filantropia estratégica se vê no impasse entre as necessidades de curto prazo e o olhar para o futuro.

PERSPECTIVA

3

CAUSAS SE FORTALECERAM

Mesmo em meio à crise sanitária e econômica, a força de algumas causas não se abalou. Elas ganham novos formatos e se mostram mais importantes do que nunca.

PERSPECTIVA

4

A COMUNIDADE COMO CÉLULA MATER DA FILANTROPIA

Nos momentos mais difíceis, os problemas se concentram nas comunidades, assim como as soluções.

PERSPECTIVA

5

ATUAÇÃO COLABORATIVA E EM PARCERIA

Chegamos mais longe quando caminhamos juntos e, contrariando o ditado, chegamos mais rápido também.

PERSPECTIVA

6

EMPRESAS MAIS ENGAJADAS

Experiência da pandemia e pressão de investidores e consumidores levam empresas a aumentar as doações.

PERSPECTIVA

7

JÁ NÃO É SÓ O CAPITAL FILANTRÓPICO QUE GERA IMPACTO

A possibilidade conciliar lucro com impacto positivo é cada vez mais atraente para novos e antigos investidores.

PERSPECTIVA

8

O DESEMBARQUE DA GERAÇÃO Z

Os Millenials já estão deixando sua marca na filantropia. E agora, o que esperar da Geração Z?

PERSPECTIVA

1

MAIS GRANTMAKERS, MENOS PROJETOS PRÓPRIOS

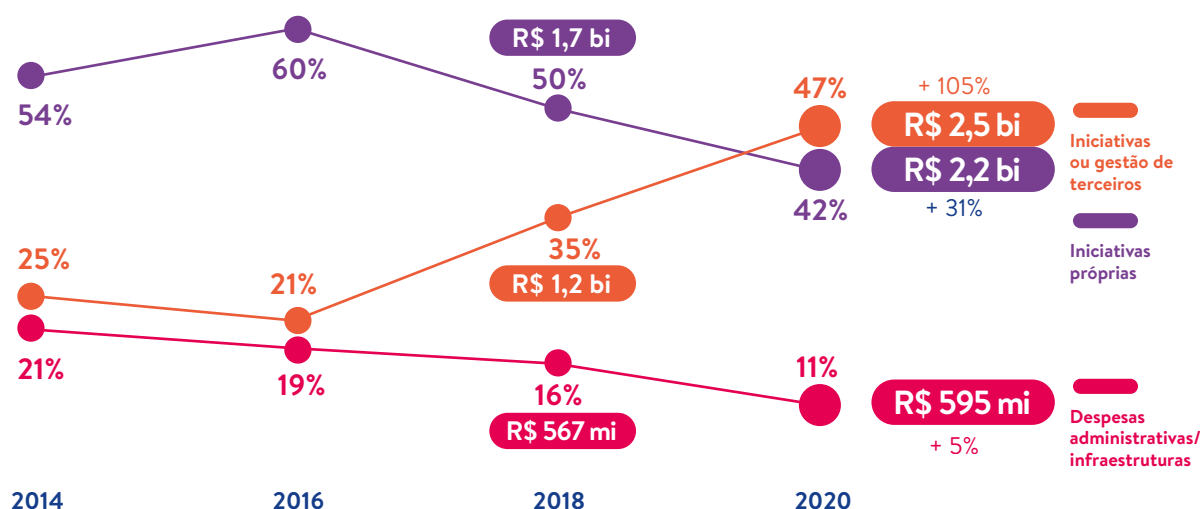
A filantropia ganha relevância em seu papel de financiadora das organizações da sociedade civil que buscam a solução para os problemas complexos.

A filantropia brasileira é bastante marcada pela execução de projetos próprios. Em grande parte, pela predominância do investimento social corporativo, que tem mais incentivos fiscais e uma vocação mais realizadora, herdada das próprias empresas. Mas essa característica foi colocada em xeque diante da urgência da pandemia. Foi necessário reagir rapidamente e muitos filantropos se deram conta de que seria mais eficiente financiar os projetos liderados por organizações da sociedade civil, ou mesmo passar para elas a gestão de suas iniciativas

próprias, do que tentar construir as soluções dentro de suas entidades. O resultado é que 87% dos recursos para o enfrentamento dos efeitos da Covid-19 foram destinados a terceiros¹.

A mudança de estratégia está refletida no Censo GIFE 2020, que mostrou um recorde histórico no volume de recursos doados a projetos de terceiros (R\$ 2,5 bilhões), com um crescimento de 105% em relação ao último levantamento (2018).

Investimento total por tipo de alocação orçamentária (2014, 2016, 2018, 2020)



Nota: A somatória do gráfico pode não ser 100% devido arredondamentos

¹Censo GIFE 2020

Dentro do contexto de aumento de *grant-making* (doações diretas), há outra modificação que começa a surgir. Os filantropos passam a se preocupar não só com o sucesso dos projetos, mas também com o fortalecimento das organizações da sociedade civil (OSCs). A insuficiência do modelo de fazer doações somente para projetos específicos ficou visível durante a pandemia, quando centenas de organizações, impedidas de continuar suas atividades, não tinham recurso algum para manter suas próprias estruturas. Muitas recebiam doações de cestas básicas para serem distribuídas, mas não encontravam doadores para ajudar a pagar o aluguel ou a conta de luz.

As OSCs têm custos fixos, como qualquer instituição atuante. O fato de não terem fins lucrativos não quer dizer que tenham uma estrutura diferente. Investidores sociais privados, especialmente os corporativos, que deveriam ter uma compreensão maior sobre o funcionamento de uma organização, doam para os projetos, exigem que as re-

ceptoras tenham uma série de documentos, certificações e relatórios, mas poucas vezes cogitam a possibilidade de contribuir com a gestão da organização.

Essa lógica está se modificando lentamente com o surgimento de entidades filantrópicas focadas no fortalecimento institucional das OSCs, isto é, que elas sejam bem administradas, com equipes capazes de encontrar soluções para os problemas internos e com reserva de recursos para enfrentar as adversidades. Por enquanto a tendência é mais perceptível em entidades de cunho familiar, mas avança, aos poucos, para as corporativas. Infelizmente, parece distante de alcançar o governo e suas leis de incentivo movidas por projetos.

O Censo GIFE 2020 registrou um crescimento de 11 pontos percentuais na quantidade de investidores sociais focados no ‘fortalecimento da sociedade civil’ em relação ao levantamento de 2018.

ONDE SE ENXERGA ESSA PERSPECTIVA

INSTITUTO AVON

O Instituto Avon tem como missão “mobilizar a sociedade para o enfrentamento do câncer de mama e da violência contra mulheres e meninas no Brasil”. Já apoiou mais de 350 projetos e organizações da sociedade civil que atuam com estas causas, destinando cerca de R\$ 170 milhões e impactando mais de 6 milhões de mulheres.

Saiba mais em: www.institutoavon.org.br

INSTITUTO ACP

Instituto de investimento social, criado em 2019 pela segunda geração de uma família empreendedora, tem como propósito “contribuir para o fortalecimento institucional das organizações da sociedade civil brasileira para que sejam vetores de desenvolvimento do país”.

Saiba mais em: www.institutoacp.org.br

DICA AOS FILANTROPOS

Reavalie sua estratégia de investimento, buscando identificar se é a mais adequada para gerar as transformações que deseja ver na causa que adotou. Caso trabalhe com OSCs, pergunte a elas como foram afetadas nos últimos dois anos e se precisam de algum apoio para seguir em frente.

PERSPECTIVA

2

EMERGÊNCIA E LONGO PRAZO

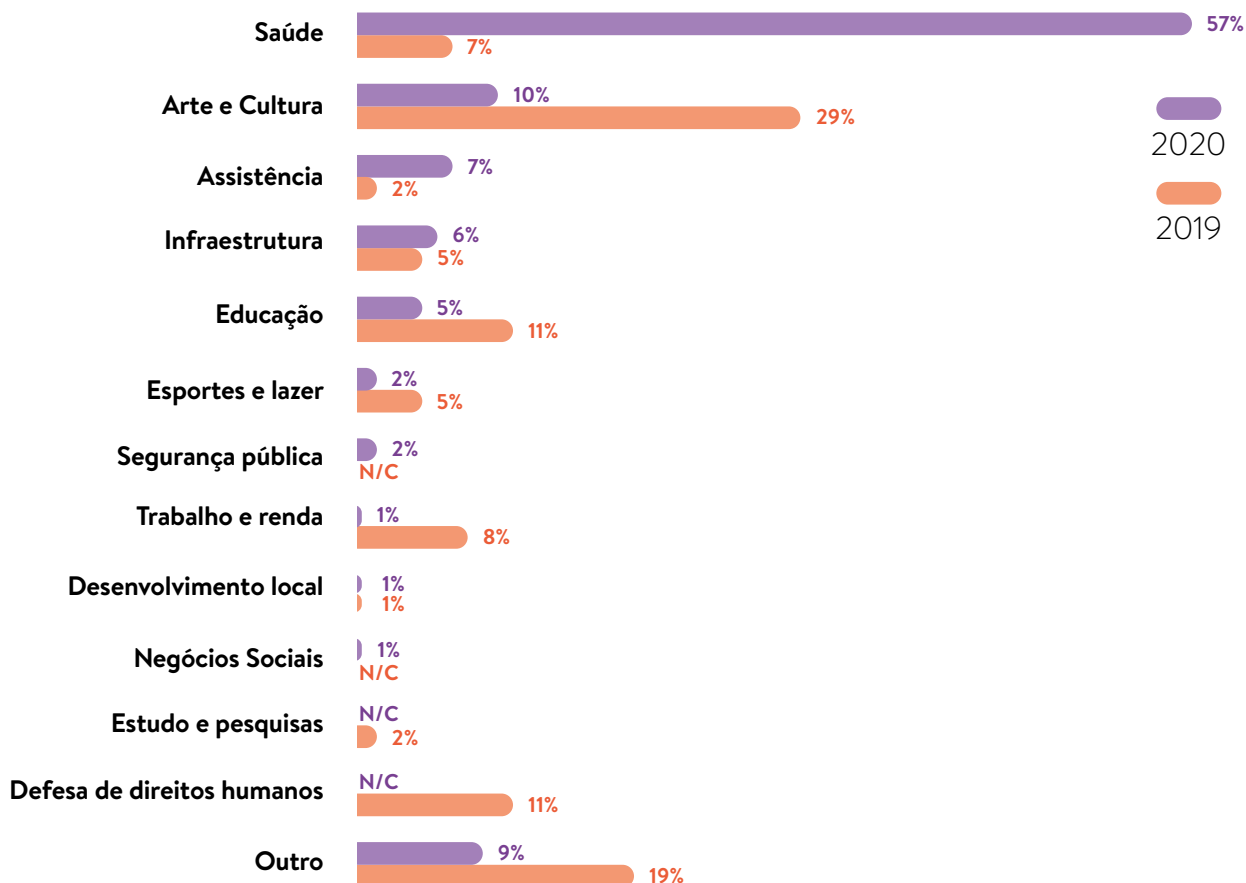
A filantropia estratégica se vê no impasse entre o resultado de curto prazo e o olhar para o futuro

O amadurecimento da filantropia no Brasil vinha mostrando uma tendência de investimentos de longo prazo, em detrimento de ações emergenciais. A crise sanitária e suas consequências, entretanto, ampliaram muito a necessidade de ações assistencialistas, tais como distribuição direta de alimentos, de produtos de necessidade básica e até mesmo de dinheiro.

Nesse período, o desemprego, a fome e a pobreza cresceram no Brasil, tornando mais profundo o fosso da desigualdade. As ne-

cessidades se ampliaram porque a pandemia mostrou, por exemplo, que quem não tem acesso à internet não consegue estudar, perde oportunidades de atendimento na saúde e não se informa. A urgência exige ação.

Esse apelo foi atendido pelos investidores sociais e a pesquisa BISC 2020 (Benchmark do Investimento Social Corporativo) mostra que a assistência social foi a terceira área que mais recebeu doações das empresas, enquanto na edição anterior era a oitava colocada.



N/C: Não consta

Fonte: pesquisa BISC 2021 (Benchmark do Investimento Social Corporativo).

Por outro lado, os instrumentos voltados para a filantropia estratégica e o planejamento de longo prazo visando mudanças sistêmicas e influência em políticas públicas não param de evoluir no País. Desde a sanção da Lei do Fundo Patrimoniais, em 2019, assistimos à criação de vários *endowments* voltados à saúde, educação, cultura, liberdade de expressão, e tudo indica que esse mecanismo de sustentabilidade de causas continuará a se expandir no País. Também testemunhamos um movimento crescente

de financiadores e organizações sociais investindo em avaliação de impacto, ao entender que este é um potente instrumento para a melhor alocação de recursos. E essa abordagem transformadora precisa avançar porque é ela que asfalta a estrada rumo à resposta definitiva aos problemas, enquanto as ações assistencialistas cuidam para que as pessoas consigam continuar em frente e, quem sabe, um dia se beneficiar da solução construída.

ONDE SE ENXERGA ESSA PERSPECTIVA

FUNDAÇÃO ABH

Fundação filantrópica familiar trabalha para potencializar a atuação de iniciativas sociais na periferia sul de São Paulo, por meio de investimentos financeiros, geração de conhecimento e formação de redes, lança campanha de captação de recursos para serem distribuídos diretamente a famílias.

Saiba mais em: www.fundacaoabh.org.br/covid-19/

INSTITUTO ALANA

O instituto conhecido por seu trabalho na defesa dos direitos da infância, sempre visando amplo impacto na sociedade, anunciou, em junho de 2021, apoio a plano emergencial para a contenção da pandemia do coronavírus e a mitigação dos seus impactos no Jardim Pantanal, bairro da Zona Sul de São Paulo.

Saiba mais em: www.alana.org.br/iabsp-alana-plano-emergencial/

ITAÚ – TODOS PELA SAÚDE

A empresa, que costuma fazer investimento social privado por meio da atuação estratégica de seus institutos e fundações, doou R\$ 1 bilhão, em 2020, para ser consumido com necessidades emergenciais.

Saiba mais em: www.itaubr.com.br/coronavirus/doacoes/

DICA AOS FILANTROPOS

Comprometa-se com uma causa, conheça os atores envolvidos com ela, e invista para gerar transformações capazes de mudar a realidade. Entretanto, não se esqueça de que quem tem fome ou quem não tem moradia não pode esperar. Ajudar hoje pode ser a garantia de que o amanhã exista.

PERSPECTIVA

3

CAUSAS SE FORTALECERAM

Mesmo em meio à crise sanitária e econômica, a força de algumas causas não se abalou. Elas ganham novos formatos e se mostram mais importantes do que nunca.

Detalhamos três eixos que se particularmente se destacaram, mas não podemos deixar de mencionar que causas como o combate à pobreza, a luta pelos os direitos humanos e pela equidade de outros grupos e a proteção à democracia também têm grande relevância e despertam atenção nos dias de hoje.

EQUIDADE RACIAL

Foi impressionante ver, em maio de 2020, em pleno avanço da epidemia de Covid-19, como o assassinato de um homem negro, George Floyd, pela polícia dos Estados Unidos, ganhou as manchetes dos jornais e o movimento *#BlackLivesMatter* conquistou as ruas e os espaços no mundo todo. O movimento negro e a pauta antirracista foram alavancados, com respostas cada vez mais efetivas e concretas surgindo, e nunca mais deixou o noticiário.

Pesquisa realizada pela Ipsos² sobre tendências, em 2021, mostrou o Brasil na penúltima posição de um ranking de 24 de países, classificados de acordo com o nível de concordância da população com a afirmação “pessoas de diferentes origens

e minorias étnicas são tratadas de forma justa em meu país”.

Para qualquer filantropo, atualmente, é quase impossível não considerar o viés de raça em sua atuação. Desde o apoio a projetos voltados especificamente para essa causa, até o olhar para a diversidade da equipe de sua própria organização. E o que começou como uma luta focada na população negra, rapidamente se ampliou, como comprova o surgimento da sigla BIPOC (*Black, Indigenous and People of Color*) para definir o grupo alvo das iniciativas antirracistas.

Vale registrar que há outras lutas pela equidade, como as mulheres que buscam a equidade de gênero, a população LGBTQIA+ e pessoas com deficiência. Essa concepção ampliada abraça também a ideia de decolonialidade, como é conhecido o processo inverso ao da colonização, no qual a cultura dominante deve reduzir seu espaço para que se enxergue a história sob o ponto de vista e considerando a contribuição das populações silenciadas. A expressão não é nova, mas vem ganhando força no debate nacional, e representa a continuidade de uma luta muito antiga.

² Pesquisa Ipsos Global Trends 2021: <https://www.ipsos.com/en/global-trends-2021-aftershocks-and-continuity>

ONDE SE ENXERGA ESSA PERSPECTIVA

PACTO DE PROMOÇÃO DA EQUIDADE RACIAL

O Pacto de Promoção da Equidade Racial é uma iniciativa que propõe implementar um Protocolo ESG Racial para o Brasil, trazendo a questão racial para o centro do debate econômico brasileiro e atraindo a atenção e o comprometimento de grandes empresas nacionais e multinacionais e da sociedade civil para o tema.

Saiba mais em: www.pactopelaequidadera-cial.org.br

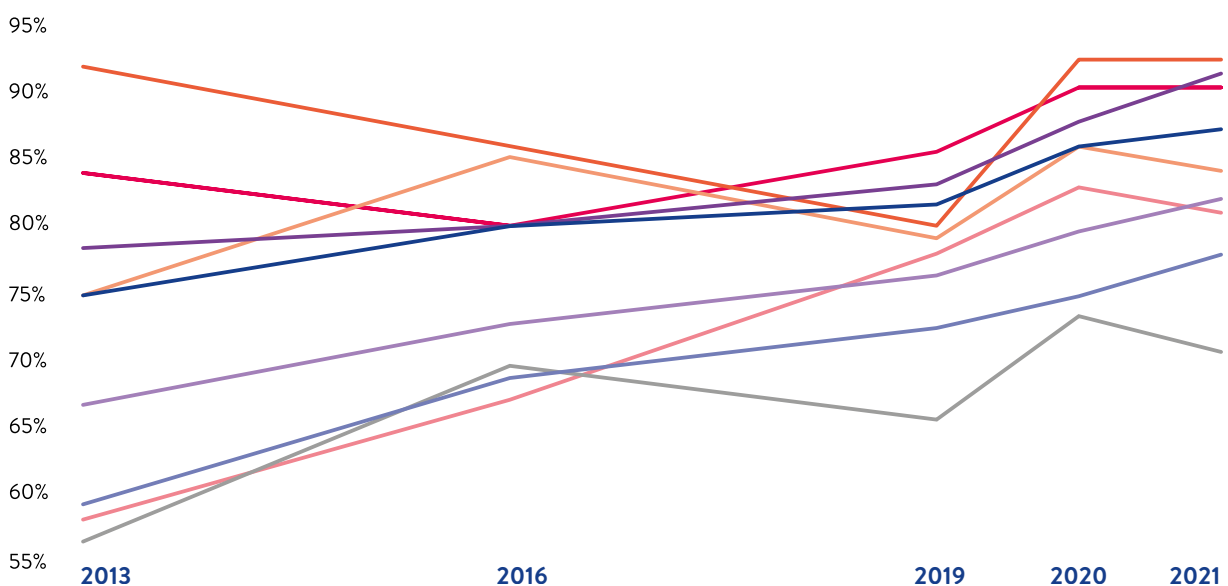
COMBATE ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS

As mudanças climáticas saíram do campo das hipóteses e invadiram o cotidiano de quase toda a população global. Ondas de calor, invernos congelantes, secas, enchentes e outros extremos estão atingindo os mais diversos pontos do planeta e fazendo

vítimas em números cada vez maiores. Mesmo que ainda pare questionamentos sobre a origem do fenômeno, já não resta dúvida alguma sobre a necessidade urgente do combate às mudanças climáticas.

Preocupação com o clima

% concorda que estamos caminhando em direção a um desastre ambiental a não ser que haja mudanças de hábitos



	China	Brasil	Itália	França	Alemanha	Canadá	Reino Unido	Austrália	EUA
Score 2021	92%	91%	90%	87%	84%	82%	81%	78%	71%
Alteração desde 2013	+1	+13	+6	+12	+9	+15	+22	+18	+14

Pesquisa realizada pela Ipsos em 2021 mostrou o Brasil como o segundo país que mais concorda que estamos caminhando para um desastre ambiental, a menos que modifiquemos nossos hábitos.

Trata-se de um desses problemas complexos que precisam ser enfrentados por todos os setores simultaneamente e a filantropia vai contribuir financiando a busca e o teste de novas soluções, assim como a própria adaptação do Terceiro Setor a práticas ambientalmente mais sustentáveis.

Empresas se mostram cada vez mais preocupadas com este tema. O Censo GIFE 2020 mostra um aumento de 3 pontos percentuais (de 42% para 45%) na quantidade de filantropos atuando na causa 'ambiente natural e sustentabilidade', e destaca a concentração de empresas entre esses investidores sociais. Mas é sempre bom pontuar que o viés ambiental pode (e deve) ser contemplado também em diversas outras causas e que ainda necessitamos de mais investidores investindo nesta causa tão importante.

ONDE SE ENXERGA ESSA PERSPECTIVA

UMA CONCERTAÇÃO PELA AMAZÔNIA

A multidisciplinaridade da causa pode ser vista nesta rede criada em 2021, sob a liderança do Instituto Arapyaú, reunindo pessoas, instituições e empresas interessadas em buscar soluções para a conservação e o desenvolvimento sustentável da Amazônia.

Saiba mais em: www.concertacaoamazonia.com.br

ACESSO À TECNOLOGIA E CONECTIVIDADE

A pandemia de Covid-19 escancarou a precariedade das condições de acesso à tecnologia e à internet entre a população de mais baixa renda. Essa desigualdade é mãe de várias outras desigualdades. Basta mencionar que a renda média individual dos domicílios com utilização da internet era o dobro da renda dos que não utilizam a rede, em 2019, de acordo com o IBGE³.

Muitos profissionais não puderam fazer *home-office*, durante o isolamento social.

De acordo com estudo do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas, apenas 10% dos trabalhadores brasileiros conseguiram trabalhar a partir de suas casas, quando o potencial era de 25%. A diferença se deu porque as pessoas simplesmente não tinham as condições básicas para que isso acontecesse⁴.

O mesmo aconteceu com alunos, que não puderam estudar em casa e passaram praticamente dois anos apartados do sis-

³ Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), IBGE, quarto trimestre de 2019.

⁴ Jornal O Estado de S. Paulo: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,no-brasil-home-office-foi-realidade-para-poucos,70003938626>

tema de ensino formal, causando um déficit educacional que precisa ser superado. Quando voltarem às aulas presenciais encontrarão um quadro semelhante. Um quarto das escolas brasileiras não estão conectadas, e entre as 75% que têm acesso, apenas 14% têm velocidade suficiente para o uso dos alunos⁵.

Em 2022, espera-se a aprovação da Política Nacional de Educação Digital. Ela está estruturada em cinco eixos, que podem orientar iniciativas filantrópicas. Além de focar o ensino propriamente dito, abarca também apoio à população excluída do mundo digital; qualificação básica para trabalhadores em geral; espe-

cialização em tecnologias para melhorar a empregabilidade e pesquisa digital, com o objetivo de assegurar a produção de novos conhecimentos.

A democratização do acesso à tecnologia e à internet é mais uma questão transversal sobre a qual os filantropos brasileiros precisam se debruçar e poderá ser melhor enfrentado em colaboração com o setor público. A cada momento que passa, ele se torna mais grave, na medida em que novas atividades vão se integrando ao universo digital como os serviços médicos e a participação em eventos, por exemplo, ampliando a exclusão.

ONDE SE ENXERGA ESSA PERSPECTIVA

NOSSAS ESCOLAS CONECTADAS 2021

Campanha lançada pela Sincroniza Educação, a Fundação Lemann e o NIC.br com apoio de parceiros para incentivar secretarias de educação e escolas de todo o país a instalar o Medidor Educação Conectada.

Saiba mais em: www.sincronizaeducacao.com.br/conheca-a-campanha-nossas-escolas-conectadas/

DICA AOS FILANTROPOS

Esteja atento às demandas sociais. Há causas urgentes, há temas que são transversais a tudo o que fazemos, há questões que, de tão complexas, podem ficar esquecidas. Conheça a realidade com profundidade e atue a partir dela.

⁵ Fonte: INEP, Censo 2020

PERSPECTIVA

4

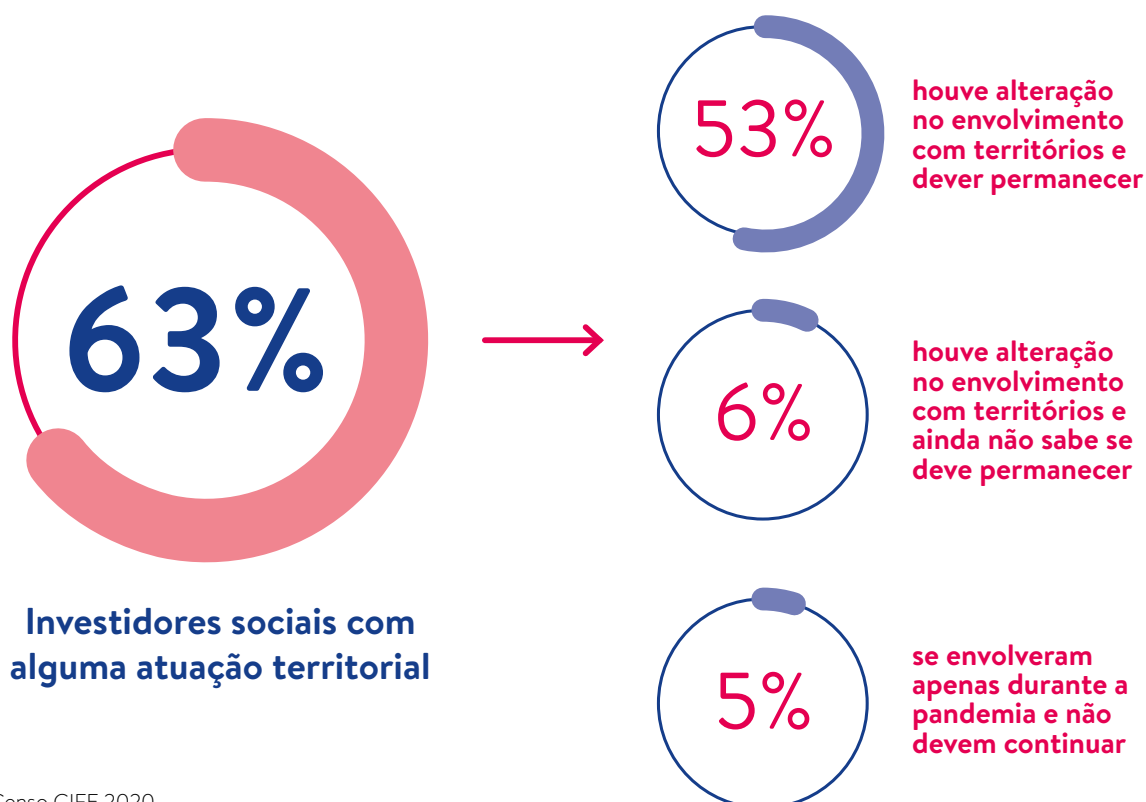
A COMUNIDADE COMO CÉLULA MATER DA FILANTROPIA

Nos momentos mais difíceis, os problemas se concentram nas comunidades, assim como as soluções.

Comunidades, a célula mater da sociedade: a pandemia mostrou que nos momentos mais difíceis, os problemas se concentram nas comunidades vulneráveis, seja na precariedade do sistema de saúde, seja na falta de trabalho e renda. Ao mesmo tempo, também é na comunidade onde estão as chaves para as soluções. Mobilizações gigantescas conduzidas por líderes comunitários, como a realizada pela CUFA (Central

Única de Favelas), garantiram alimento e materiais de necessidade básico para moradores de favelas em todo o país.

O Censo GIFE 2020 mostrou que 63% dos entrevistados tiveram alguma atuação territorial, sendo que 53% disseram que houve alteração na sua forma de trabalhar com comunidades e essa mudança deve permanecer após o fim da pandemia.



Fonte: Censo GIFE 2020

ONDE SE ENXERGA ESSA PERSPECTIVA

PROGRAMA TRANSFORMANDO TERRITÓRIOS

Iniciativa do IDIS com a Charles Stewart Mott Foundation, lançada em 2021, para fomentar a criação e fortalecimento de Institutos e Fundações Comunitárias no Brasil. O programa já recebeu apoio do Instituto ACP e dos filantropos José Luiz Setúbal, Flavio Bitelman e Teresa Bracher, e tem a participação de Beatriz Johannpeter, Helena Monteiro, José Luiz Egydio Setúbal, Lúcia Dellagnelo e Maria Alice (Neca) Setúbal como embaixadores.

Saiba mais em: www.transformandoterritorios.org.br

FAVELA 3D

No final de 2021, o empresário Jorge Paulo Lemann promoveu um jantar de arrecadação de fundos, em Nova York, para o programa Favela 3D: Digital, Digna e Desenvolvida. A iniciativa da OSC Gerando Falcões contempla ações nas áreas de arquitetura e urbanismo, cultura, saúde, lazer e geração de renda, inicialmente, em quatro favelas.

Saiba mais em: www.gerandofalcoes.com/favela-3d/

DICA AOS FILANTROPOS

Filantropia comunitária está em alta. A filantropia pode dar um protagonismo muito maior às lideranças e às organizações sociais dos territórios em busca de um olhar mais sistêmico sobre as condições de vida dessas populações e da construção colaborativa de soluções mais definitivas e sustentáveis. Atue nos territórios em parceria com quem já os conhece profundamente.

PERSPECTIVA

5

ATUAÇÃO COLABORATIVA E EM PARCERIA

Chegamos mais longe quando caminhamos juntos e, contrariando o ditado, chegamos mais rápido também.

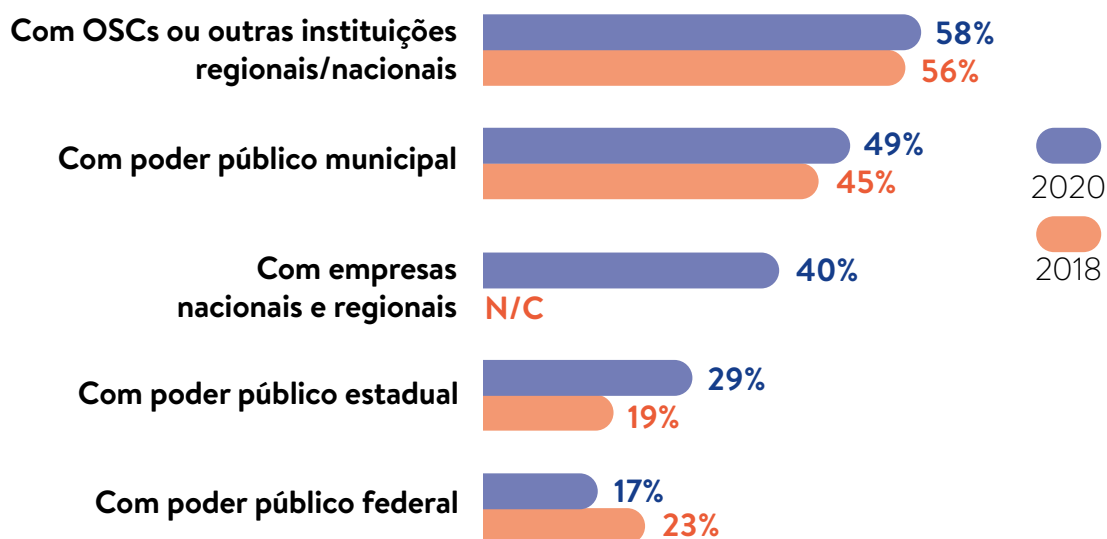
Há muito tempo se fala sobre a necessidade de atuar em parceria, mas a verdade é que não é fácil abrir mão do poder e do controle sobre nossas iniciativas. Entretanto, a pandemia deixou claro que chegamos mais longe quando caminhamos juntos e, contrariando o ditado, chegamos mais rápido também. Sobretudo para o enfrentamento a problemas complexos, para os quais nenhuma instituição ou nenhum setor, isoladamente, tem a solução.

O mundo em geral e o Brasil em particular vivem situações de bipolaridade que esgar-

çam o tecido social e dificultam o diálogo. Por ser um grupo menor, o diálogo e a parceria entre os filantropos são mais fáceis e eles devem aproveitar essa vantagem, para influenciar parcerias entre as OSCs que apoiam, envolvendo também empresas e governo.

O Censo GIFE 2020 mostra a tendência de crescimento do número de instituições que atuam em colaboração com diversos setores, exceto com o poder público federal, talvez pela complexidade dessa parceria ou por motivos políticos.

Organizações que estabelecem parcerias formais em suas iniciativas



N/C: Não consta
Fontes: Censo GIFE 2018 e 2020

Ainda contamos com o estímulo trazido pela adoção de novas tecnologias, que apesar de muitas vezes distanciarem os próximos, aproximam os distantes, permitindo que a in-

terdependência e a identidade se estabeleçam entre instituições e setores que não se comunicavam, facilitando a construção de parcerias novas e inovadoras.

ONDE SE ENXERGA ESSA PERSPECTIVA

CATALYSTS 2030

Movimento global, que conta com um capítulo brasileiro, criado para promover a colaboração entre empreendedores sociais para acelerar o alcance das metas dos ODS, Objetivos de Desenvolvimento Social da ONU.

Saiba mais em: www.catalyst2030.net

GRUPO MULHERES DO BRASIL

Grupo fundado em 2013, presidido pela empresária Luiza Helena Trajano e composto, inicialmente, por 40 mulheres, com o intuito de engajar a sociedade civil na conquista de melhorias para o país. Já contam com mais de 100 mil mulheres integrantes e 154 núcleos espalhados pelo país.

Saiba mais em: www.grupomulheresdobrasil.org.br

MOVIMENTO POR UMA CULTURA DE DOAÇÃO

Movimento que reúne organizações da sociedade civil (doadoras e captadoras), negócios de impacto, representantes do poder público, profissionais liberais e pessoas em geral que desenvolvem atividades em prol da cultura de doação no País.

Saiba mais em: www.doar.org.br

UNIDOS PELA VACINA

Movimento da sociedade civil, nascido por iniciativa do Grupo Mulheres do Brasil, que reuniu centenas de entidades, empresas, associações e ONGs unidas pelo propósito de tornar viável vacinar todos os brasileiros até setembro de 2021.

Saiba mais em: www.unidospelavacina.org.br

DICA AOS FILANTROPOS

Conheça o ecossistema em que está inserido e avalie a possibilidade de parcerias. Esteja aberto ao diálogo, à reflexão, à possibilidade de mudar o curso de uma ação em vista de algo maior. Antes de começar um projeto, conheça movimentos em cursos. Parte de seu caminho pode estar trilhado.

PERSPECTIVA

6

EMPRESAS MAIS ENGAJADAS

Experiência da pandemia e pressão de investidores e consumidores levam empresas a aumentar o investimento social privado

Vários fatores contribuem para que as empresas se engajem mais na atuação social. Muitas se envolveram pela primeira vez em 2020, e uma parte decidiu continuar a prática, mesmo passado o momento mais emergencial da pandemia. Esse posicionamento é coerente com a pressão que sofrem pelos dois lados de sua operação: investidores e consumidores.

Pelo lado dos investidores, a agenda ESG ganha relevância. No apagar das luzes de 2021, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM)

anunciou que, a partir de 2023, dados sobre práticas de ESG deverão constar no formulário de referência das empresas junto ao mercado de ações.⁶ A medida valoriza ainda mais esses indicadores, que já são critério de seleção para a composição de determinados fundos. As empresas brasileiras ainda investem relativamente pouco nas pautas ESG e o espaço para crescimento é imenso. Sobre tudo se considerarmos que muitas companhias enxergam no investimento social privado uma trilha para fortalecer o ‘Social’ da sigla.

“A gente sem dúvida ainda está no início dessa jornada ESG. Mas como as outras regiões (do mundo) estão em estágios mais consolidados, é provável que o ritmo no Brasil avance de forma mais acelerada”

Marcella Ungaretti, sócia e head de research ESG da XP⁷

Pelo lado dos consumidores, existe cada vez mais pressão para que as empresas tomem posição e intercedam quando o governo não resolver os problemas da sociedade. Mais de dois terços (68%) da população concorda com essa afirmação e 59% dos brasileiros espera que os CEOs se manifestem publicamente sobre problemas sociais⁸.

Considerando que o Censo GIFE 2020 mostrou que quase dois terços das instituições

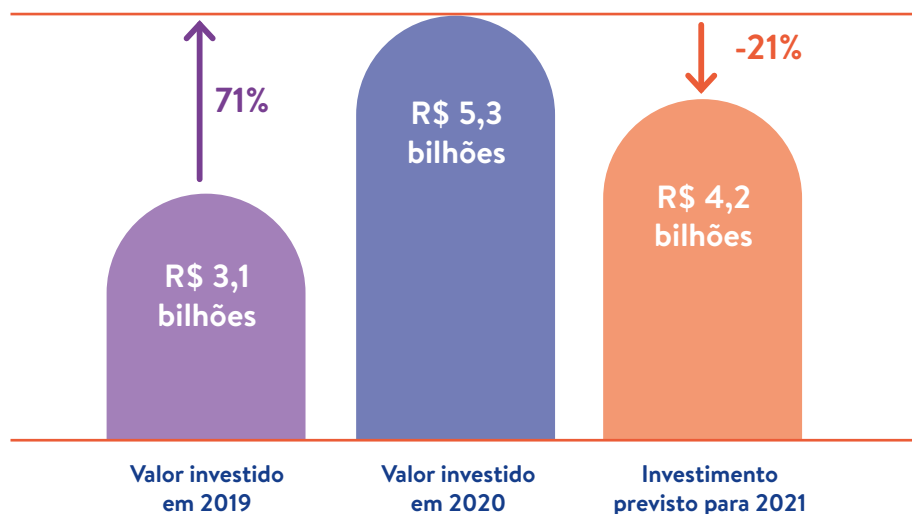
doadoras são empresas ou instituto/fundações empresariais e que eles respondem por 85% das doações, esse novo posicionamento representa um volume considerável de recursos. Mesmo que haja uma redução se comparado ao total doado em 2020, como indica o gráfico abaixo, 60% das empresas doadoras declararam pretender manter ou aumentar o total de investimento social nos anos de 2022 e 2023.

⁶ Jornal Valor Econômico: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/12/29/cvm-adota-norma-para-divulgacao-de-informacoes-de-esg.ghtml>

⁷ Jornal Valor Econômico: <https://investidor.estadao.com.br/investimentos/esg-investimento-empresas-pesquisa/>

⁸ Edelman Trust Barometer 2021 - www.edelman.com.br/estudos/edelman-trust-barometer-2021

Investimento realizado (2019 e 2020) e investimento previsto (2021)



Fonte: Censo GIFE 2020

“Estamos entrando na era da justiça social corporativa”

Lily Zheng, em artigo na Harvard Business Review, 2020⁹

ONDE SE ENXERGA ESSA PERSPECTIVA

CAMPEÕES DE DOAÇÃO

Ranking de Doações Corporativas, elaborado pelo IDIS em 2021, mostra números nunca atingidos antes pelo investimento social das empresas.

Saiba mais em: www.idis.org.br/estudo-destaca-as-empresas-lideres-em-investimento-social-corporativo-no-brasil-e-no-mundo-em-2020/

EMPRESAS B

Procura pelo chamado ‘selo B’, que atesta práticas socioambientais, teve alta de 34% entre 2020 e 2021, e 216 empresas brasileiras já contam integram o Sistema B.

Saiba mais em: www.sistemab.org

DICA AOS FILANTROPOS

Antes de mais nada, conhece-te a ti mesmo. Quais os valores de sua empresa e seus objetivos de negócio. Quais suas práticas e como se alinham (ou não) à agenda ESG e à expectativa de seus *stakeholders*. Quais os impactos que gera nas comunidades com as quais se relaciona. A partir daí, defina como contribuir para um mundo melhor. Apenas gerar lucro não é mais uma opção.

⁹ Harvard Business Review: <https://hbr.org/2020/06/were-entering-the-age-of-corporate-social-justice>

PERSPECTIVA

7

JÁ NÃO É SÓ O CAPITAL FILANTRÓPICO QUE GERA IMPACTO

A possibilidade conciliar lucro com impacto positivo é cada vez mais atraente para novos e antigos investidores.

A entrada em cena dos negócios de impacto trouxe para os investidores financeiros a possibilidade de ganhar dinheiro enquanto produzem resultados socioambientais. Desde então, a geração de impacto positivo deixou de ser exclusividade do capital filantrópico. E novas possibilidades continuam a surgir com a adesão de muitas instituições aos chamados investimentos de impacto, como a tradicional Schrodgers, cuja propaganda diz que “retorno financeiro é só uma parte da história”.

Apesar da redução do volume investido em negócios de impacto em 2020, devido ao redirecionamento de recursos para o combate à pandemia, a tendência anterior de forte crescimento está sendo retomada. Especialmente porque o agravamento do quadro de desigualdade no País exige novas alternativas de captação de recursos, além da filantropia tradicional.

Uma das últimas novidades a chegar é o *Blended Finance*, que, como diz o próprio nome, é uma mistura de capital com e sem finalidade de lucro. A ideia do *Blended Finance* é financiar a estruturação de um negócio de impacto por meio de doação (capital sem finalidade de lucro) e posteriormente investir nesse negócio para obter rendimentos (capital com finalidade de lucro).

As possibilidades de obter impacto socioambiental positivo sem abrir mão dos lucros representa uma excelente oportunidade de investimento para os recursos depositados em fundos patrimoniais. Existe uma crescente preocupação com o tipo de investimento realizado pelos recursos dos *endowments* para evitar o financiamento de operações que contribuem com o aprofundamento da desigualdade. O relatório “*Top considerations for endowments and foundations in 2022*” destaca que fundações e fundos patrimoniais estarão ainda mais interessados em investimentos de impacto. E destaca que uma política de investimentos de impacto, quando bem executada, pode trazer retornos competitivos em relação a carteiras tradicionais.

Por fim, temos assistido à explosão das doações por meio de criptomoedas. De acordo com a plataforma *Giving Block*, que lidera a versão ‘crypto’ do *Giving Tuesday*, em 2021 participaram da campanha cerca de mil organizações, número dez vezes maior que no ano anterior. Juntas, arrecadaram USD 2,4 milhões, o que representou um aumento de 583%. Aos poucos, organizações brasileiras também começam a captar por meio deste recurso.

ONDE SE ENXERGA ESSA PERSPECTIVA

DIN4MO

Um Venture Builder que investe em impacto com um programa de desenvolvimento de negócios orientados a impacto socioambiental positivo. Atualmente apoia 24 startups.

Saiba mais em: www.din4mo.com

LATIMPACTO

Criada em 2020, a Latimpacto é uma rede latino-americana que mobiliza os provedores de capital social para garantir uma implementação mais eficaz dos recursos financeiros e não financeiros e, assim, gerar impacto social e ambiental positivo, sustentável e de longo prazo.

Saiba mais em: www.latimpacto.org

THE GIVING BLOCK

Nesta plataforma, doadores apoiam organizações sociais por meio de bitcoins e outras criptomoedas.

Saiba mais em: www.thegivingblock.com

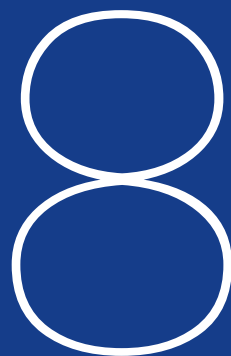
SUZANO E FLEURY (Sustainability Linked Bonds)

A fabricante de papel e celulose Suzano realizou, em julho de 2021, uma emissão de US\$ 1 bilhão no mercado externo de títulos associados a metas de diversidade de gênero em cargos de liderança. Na mesma época, o Fleury emitiu US\$ 1 bilhão em debêntures ligadas ao acesso das classes C, D e E à saúde.

DICA AOS FILANTROPOS

As possibilidades de investimento social se multiplicaram. Fique atento às alternativas que viabilizam o financiamento de ações de impacto.

PERSPECTIVA



A GERAÇÃO Z ESTÁ CHEGANDO COM UM OLHAR DIFERENTE PARA A FILANTROPIA

Os *Millenials* já estão deixando sua marca na filantropia. E agora, o que esperar da Geração Z?

A Geração Y ou *Millenial*, como é mais conhecida, já desembarcou no campo da filantropia. Marina Cançado, Marina Feffer e Rodrigo Pipponzi são alguns exemplos de jovens lideranças da filantropia que estão deixando suas marcas, propondo iniciativas com olhar mais sistêmico e transformador e decisões baseadas em dados.

Os próximos a chegar serão a chamada Geração Z, como são classificados os nascidos entre 1996 e 2014. Eles já vieram com tecnologia ‘embarcada’ e nem sequer sabem como é um mundo sem internet. Buscam de estabilidade financeira¹⁰, são consumidores perspicazes, e sua principal característica é enxergar a possibilidade de provocar impacto positivo por meio de todas suas decisões, e não apenas nas iniciativas filantrópicas.

É como se fosse uma forma natural de ativismo constante. Na escolha das empresas das quais vão comprar ou onde irão trabalhar, na definição dos ídolos que vão acompanhar, na forma de viajar, na alimentação,

enfim, sempre considerando os impactos sociais e ambientais embutidos em suas decisões. Essa postura faz com que eles não precisem esperar reunir patrimônio ou receber herança para começar a se preocupar com filantropia.

E para fortalecer essa concepção, os resultados da Pesquisa Doação Brasil 2020, mostram que os jovens se mantêm confiantes nas organizações da sociedade civil e no poder da doação. Quase a metade (45%) dos jovens com idade entre 18 e 29 anos acha que as ONGs são muito responsáveis pela solução dos problemas sociais e ambientais do País, enquanto na população em geral, apenas 34% têm a mesma opinião. Os jovens também têm mais confiança no Terceiro Setor, com 32% deles concordando totalmente que as ONGs deixam claro o que fazem com os recursos que aplicam. Na média brasileira, esse grau de concordância é de 24%. E $\frac{3}{4}$ dos jovens têm certeza de que o fato de doar faz diferença, uma proporção bem maior do que a da sociedade em geral, que fica em 67%

¹⁰ Next Gen Personal Finance: www.ngpf.org/

ONDE SE ENXERGA ESSA PERSPECTIVA

10% DA GERAÇÃO Z PENSA EM FUNDAR UMA ONG

Levantamento apresentado pela Classy, plataforma norte-americana criada por filantropos para conectar doadores e organizações beneficiárias, mostrar perfil solidário da geração que chamam de ‘philanthroteens’.

Saiba mais: www.classy.org/blog/gen-z-next-generation-donors/

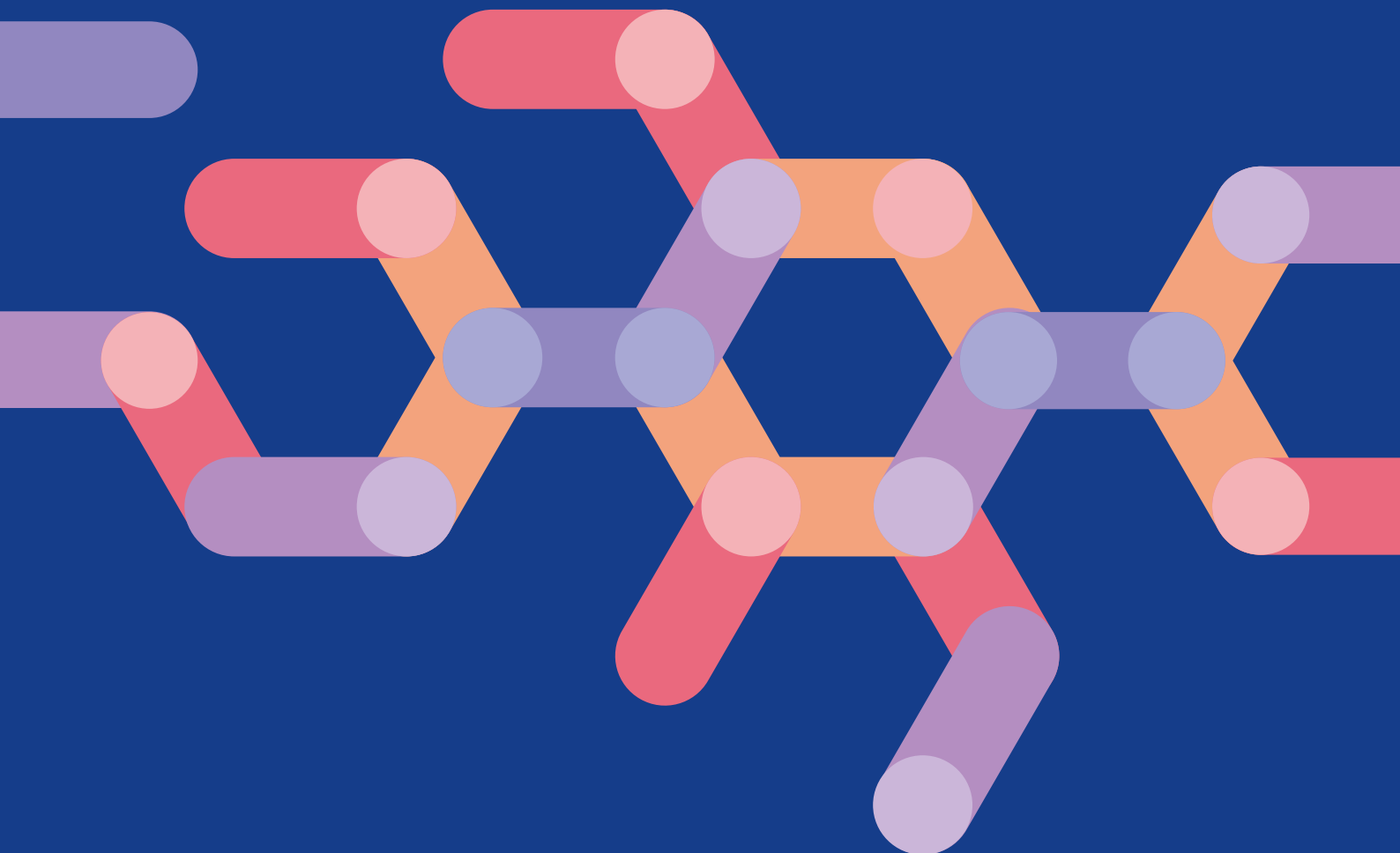
#petBff

Campanha realizada pela TikTok para apoiar abrigos de animais. Para cada vídeo postado, a empresa doava 1 dólar para uma instituição. Quase meio milhão de jovens produziram vídeos para a campanha.

Saiba mais: www.tiktok.com/tag/PetBff?lang=Country=pt_BR

DICA AOS FILANTROPOS

Esta geração traz novos jeitos de fazer investimento social, com um maior uso de dados para justificar escolhas e preocupação em avaliar o impacto gerado. O olhar para o outro e para o mundo, o entendimento de que somos parte da solução e não meros espectadores e a vontade de agir, entendendo que nossas ações diárias têm impacto, influenciarão as práticas de filantropia familiar.



IDIS

DESENVOLVENDO O
INVESTIMENTO SOCIAL