

censo
GIFE
2007/2008

censo
GIFE
2007/2008

revisado conforme acordo ortográfico

São Paulo
2008

© 2008 GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

Conselho de Governança – Gestão 2007/2009

Presidente

Denise Aguiar (Fundação Bradesco)

Conselheiros

Ana Toni (Fundação Ford)

Evelyn Ioschpe (Fundação Ioschpe)

Hugo Barreto (Fundação Roberto Marinho)

José Paulo Martins (Instituto Gerdau)

Luís Paulo Montenegro (Instituto Paulo Montenegro/IBOPE Inteligência)

Maurício Medeiros (Fundação Odebrecht)

Miguel Kringsner (Fundação O Boticário de Proteção à Natureza)

Sergio Amoroso (Grupo Orsa / Fundação Orsa)

Sergio Dias (Fundação Vale)

Sergio Mindlin (Fundação Telefonica)

Valdemar de Oliveira Neto (Fundación Avina)

Secretário-Geral

Fernando Rossetti

Projeto Censo GIFE 2007/2008

Supervisão geral

Fernando Rossetti

Coordenação

Claudia Cândido e Fernando Nogueira

Análise dos dados e redação

Rachel Mello (Censo GIFE)

e Helena Abramo (Censo Juventude)

Colaboração

Adriana Boscov, Adriana Mariano, Maria Alice Damasceno Saiki e Paulo Roberto de Castro (Instituto ibi), Ana Lúcia D'Império Lima, Mariana Saes e Sílvia Cervellini (Instituto Paulo Montenegro/IBOPE Inteligência), Ana Carolina Velasco, Cinthia Sento Sé, Claudia Candido, Fernando Nogueira, Fernando Rossetti, Flávia Modelli, Renato Benine (GIFE)

Edição e projeto gráfico

Edições Jogo de Amarelinha / aeroestúdio

Preparação e revisão de texto

Katia Vitale, Rita Narciso Kawamata e Viviane Mendes

Impressão

Arvato do Brasil Gráfica

ISSN 1983-9103



GIFE

GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas
Av. Brig. Faria Lima, 2.413 – 1º andar – Jardim América
01452-000 – São Paulo – SP
Tel./Fax: (55-11) 3816-1209
e-mail: gife@gife.org.br
www.gife.org.br

Sumário

1. Apresentação **7**
 - Parceiros no Censo GIFE 2007-2008 **11**
2. O GIFE **13**
 - Atuação **14**
 - Referência regional **15**
3. Caminhos e tendências **19**
 - Área de maior investimento **20**
 - Faixa etária de maior investimento **21**
 - Autonomia e foco **21**
 - Macrorregiões **22**
 - Cultura de monitoramento e avaliação **22**
4. Perfil da Rede GIFE de Investimento Social Privado **25**
 - Perfil de instituições, estrutura e vinculações com mantenedores **26**
 - Tempo de atuação **29**
 - Investimentos em outros países **30**
 - Receita da mantenedora ou empresa **31**
 - Uma ética de responsabilidade social **32**

- 5. Recursos humanos **35**
 - Pessoas **36**
- 6. Recursos financeiros **37**
 - A origem dos recursos **38**
 - Renúncias fiscais **40**
- 7. Estratégias para a ação **43**
 - A distribuição dos recursos **44**
 - Programas e ações próprios ou de terceiros **45**
 - Parâmetros para atuação **46**
 - Estratégias **49**
 - Reconhecimento público e transparência **50**
 - Pedidos de financiamento **52**
 - Áreas de atuação **53**
 - A geografia **53**
 - Os temas **53**
 - Foco **54**
- 8. Educação **55**
 - Foco **57**
- 9. Monitoramento, avaliação, impacto e transparência **61**
 - Monitoramento **62**
 - Avaliação **63**
 - Produtos **64**
 - Informações públicas e transparência **65**
 - Impacto **66**
- 10. Considerações finais: do Censo a uma agenda de pesquisa do ISP **69**

1. Apresentação

Chegando à quarta edição, o Censo GIFE 2007-2008 permite atualizar as principais informações que se tem na sociedade brasileira sobre os maiores investidores sociais privados do país. Assim, nas próximas páginas poderão ser conhecidos dados referentes a áreas de atuação, estratégias de intervenção na realidade, estruturas que viabilizam essas ações e desafios que se colocam neste caminho.

A coleta dos dados não foi simples, tanto pela complexidade do assunto como pela dificuldade em priorizar que áreas seriam tratadas e com qual profundidade. A esses desafios se soma o fato de que boa parte dos associados não dispõe facilmente dos dados solicitados, estendendo o tempo empregado na coleta e a atenção dada ao preenchimento correto. Entre as razões para tais dificuldades, nos deparamos com a falta de uma cultura de sistematização de informações sobre o investimento social, com equipes enxutas em muitas organizações, ou ainda com a falta de padrões e conceitos comuns ao setor.

Essa dificuldade apenas reforça o valor das informações aqui coletadas, tratadas e interpretadas, que acabam por refletir não só os associados GIFE mas também as tendências que irão guiar o campo do investimento social nos próximos anos. Entre os muitos números e dados que poderiam ilustrar esse quadro, pode-se destacar que os 80 associados respondentes investem em torno de R\$ 1,15 bilhão em diferentes áreas sociais, principalmente Educação, Formação para o trabalho, Cultura e artes e Geração de trabalho e renda. Apenas na área de Educação, são beneficiadas direta e indiretamente mais de 50 mil entidades e cerca de 4 milhões de pessoas. Mas o acúmulo de reflexão e aprendizados trazidos dos outros Censos nos permite ir além.

Começa-se a traçar cruzamentos que permitem conhecer mais a fundo as características do associado GIFE e, por extensão, do investidor social privado brasileiro – este ator que se diferencia da prática tradicional da filantropia pela ação estruturada, planejada, e que busca resultados mensuráveis. São novas questões, como foco do investimento, estratégia de ação e perfil do investidor.

A análise do foco, aqui medido pelo número de diferentes áreas de atuação, chama atenção para um dos principais desafios de empresas, fundações e institutos: Como equilibrar profundidade e impacto com atenção às inovações e às diferentes necessidades de comunidades e parceiros?

Quando se fala em estratégia de ação, diferenciam-se os investidores que escolhem operar seus próprios projetos, financiar os de terceiros ou trabalhar com ambas as visões. Os dados encontrados começam a mostrar que diferentes tipos de estratégias levam a diferentes prioridades, estruturas e resultados.

Já a análise do perfil diz respeito à origem institucional do associado – isto é, se ele é de origem corporativa, familiar, comunitária ou independente. E aí os dados encontra-

dos são claros em evidenciar a predominância do investimento corporativo. Entre as 61 associações e fundações, nada menos do que 44 têm mantenedor corporativo, chegando a um total de 79% de associados de perfil empresarial. Cada vez mais, percebe-se no Brasil e no mundo que esse tipo de investidor social tem características específicas: o investidor corporativo revela-se mais operador de seus próprios projetos do que financiador de terceiros; tem horizonte de planejamento e ação de mais curto prazo; concentra suas áreas de ação em temas mais relacionados ao seu entorno e a seu ambiente de negócios, entre outras características.

Neste ponto, o Brasil ainda carece de maior volume e maturidade de experiências em filantropia familiar, comunitária e independente, que têm o importante papel de complementar o investimento das empresas e tratar de temas e estratégias que fogem do padrão corporativo. Uma sociedade civil forte e diversa também necessita de um setor de investidores sociais fortes e igualmente diversos. Tal desenvolvimento depende tanto de mudanças culturais como legais, buscando incentivos e leis que não beneficiem apenas empresas, mas também famílias e comunidades na organização de sua mobilização social.

Esse ponto merece certamente maior reflexão e debate por parte de pesquisadores, jornalistas, gestores de políticas públicas e legisladores.

Entendendo o investimento nos jovens: um olhar aprofundado Mantendo a tradição inaugurada em sua terceira edição, este Censo GIFE busca aprofundar o debate em torno de uma das prioridades fundamentais dos associados. Em 2005-2006, essa atenção se voltou à Educação, que era o foco principal das ações dos investidores sociais brasileiros. Se o assunto não teve publicação separada nesta edição, ainda assim ganha destaque importante em relação aos outros temas de investimento, de forma a dar continuidade ao olhar iniciado há dois anos.

A área escolhida para publicação própria no Censo 2007-2008 é a da Juventude, visto que é esta a faixa etária com maior número de investidores. À medida que o próprio debate sobre o conceito começa a sair de sua infância e se consolida no campo social – especificamente, do investimento social brasileiro –, o GIFE propõe um olhar mais detalhado sobre esse tema. Assim, entram questões como o perfil de quem investe em Juventude, as principais estratégias e conceitos utilizados e os desafios de se investir no – e, sobretudo, com – o jovem brasileiro.

No processo de construção e viabilização destas publicações, deve-se destacar a importante e frutífera parceria desenvolvida entre GIFE, Instituto Ibi e Instituto Paulo Montenegro/IBOPE Inteligência. Mais do que a soma de diferentes e complementares

qualidades, a parceria com dois associados simboliza a diversidade e a riqueza que a rede possui, e o potencial de ações que podem resultar da maior colaboração entre membros desta e de outras redes sociais.

Neste caso, o GIFE trouxe o histórico e o aprendizado acumulado de três edições anteriores, bem como o contato e o relacionamento com sua base de associados. O Instituto ibi, muito mais do que investir financeiramente na viabilização da iniciativa, trouxe sua credibilidade e inteligência na área da Juventude. O IBOPE e o Instituto Paulo Montenegro, seu braço social, trouxeram não só as ferramentas e a precisão das técnicas de coleta de informações como a sensibilidade na análise e na interpretação dos muitos dados e tabelas disponíveis.

Além dos atores institucionais, é preciso aqui reconhecer duas especialistas do campo social e da comunicação, que tiveram o desafio de transformar meses e meses de discussões e dados em um texto compreensível, conciso e claro. No caso do Censo GIFE, o papel coube à jornalista Rachel Mello, que é professora de Jornalismo no Instituto de Educação Superior de Brasília e consultora em Comunicação. Foi Oficial de Comunicação do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) por oito anos, além de ter trabalhado em diversos veículos de comunicação e em ONGs, como a ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância.

No Censo Juventude, o desafio foi enfrentado por Helena Abramo, especialista de longa data no assunto, socióloga e consultora da Comissão de Juventude da Câmara Municipal de São Paulo. Além de ter outras publicações sobre o tema, também já foi coordenadora do Projeto Juventude, pesquisadora da ONG Ação Educativa, consultora especial do Instituto de Cidadania e membro do Conselho Nacional da Juventude.

Mais do que transformar tabelas em texto, ambas buscaram contextualizar as discussões presentes no panorama maior da realidade brasileira e de seu desafio contínuo em busca de um melhor nível de desenvolvimento para todos. Às duas, o nosso muito obrigado pela dedicação e competência.

Como um *iceberg* que apresenta apenas uma pequena amostra na superfície, o texto nestes dois volumes representa sobretudo uma decisão consciente por priorizar recortes específicos e concisos na disseminação e interpretação da massa de dados coletados. Cabe agora ao leitor buscar nestas páginas respostas a suas perguntas e nos desafiar com novas perguntas, para questões antes não imaginadas. Colocamo-nos à disposição para ir mais fundo com os dados disponíveis e não explorados nesta publicação ou para planejar novas pesquisas, em ocasiões futuras.

Boa leitura!

GIFE, Instituto ibi e Instituto Paulo Montenegro/IBOPE Inteligência

Parceiros no Censo GIFE 2007-2008

Instituto ibi de Desenvolvimento Social O Instituto ibi de Desenvolvimento Social é uma organização privada, sem fins lucrativos, criada em 2003, com o objetivo de conceber, planejar e executar a política de Investimento Social Privado do Banco ibi. Sua missão é contribuir para a inserção de jovens no mundo do trabalho, fazendo frente ao cenário de falta de oportunidades e de qualificação profissional. Para tanto, apoia projetos de organizações da sociedade civil e mobiliza associados do Banco ibi para ações voluntárias com os jovens por elas atendidos.

Além disso, o Instituto ibi trabalha pela construção de alianças entre organizações públicas, privadas e do terceiro setor, a fim de consolidar uma rede em prol da Juventude capaz de estimular o debate e aprofundar a discussão sobre a formação dos jovens para o mundo do trabalho, ao mesmo tempo em que sistematiza e compartilha esse conhecimento. Dessa maneira, acredita contribuir para que o acesso dos jovens ao trabalho seja não apenas um direito, mas uma realidade.

O Instituto ibi baseia suas ações na crença de que os jovens são sujeitos de direito, com potencial para promover as transformações necessárias à redução das desigualdades sociais no Brasil.



Instituto Paulo Montenegro O Instituto Paulo Montenegro é uma organização sem fins lucrativos, criada em 2000, que desenvolve e implementa a política de Investimento Social Privado das empresas associadas ao Grupo IBOPE.

A Educação foi escolhida como foco de ação por ser considerada um dos fatores que mais influenciam na diminuição das desigualdades sociais, na melhoria das condições de vida da população, assim como na inserção do país em um mercado cada vez mais competitivo e globalizado.

Instituto Paulo Montenegro
Al. Santos, 2.101 9º andar Cerqueira César
01419-002 São Paulo SP
tel./fax: (55-11) 3066-1601
e-mail: instituto@ipm.org.br
www.ipm.org.br

12

IBOPE Inteligência Empresa focada no mercado de pesquisa e informação nas áreas de consumo, marca e opinião pública, o IBOPE Inteligência discute em profundidade o problema do cliente, oferecendo soluções customizadas e atrativas.

IBOPE

Organização que contribui para que seus clientes tenham conhecimento e compreensão adequados da sociedade e dos mercados onde atuam, auxiliando na tomada de decisões táticas, na elaboração de estratégias e nos processos de inovação.

Com seu apoio às iniciativas do Instituto Paulo Montenegro, o IBOPE Inteligência confirma sua posição como empresa socialmente responsável, trabalhando com programas educacionais baseados em pesquisas da empresa, produto de quase 70 anos de atuação no Brasil.

IBOPE Inteligência
Al. Santos, 2.101 3º andar Cerqueira César
01419-002 São Paulo SP
tel./fax: (55-11) 3069 9400
e-mail: contato.inteligencia@ibopecom.com
www.ibopecom.br

2.0 GIFE

O GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas – reúne organizações de origem privada e financiadoras de projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público.

No período de aplicação das perguntas do Censo GIFE aqui analisado (novembro de 2007 a março de 2008), a Rede GIFE de Investimento Social Privado contava com 109 organizações.

Em 2007, esses associados ao GIFE investiram cerca de R\$ 1,15 bilhão em ações nas áreas de Educação, Desenvolvimento comunitário, Saúde, Esportes, Cultura e artes, Assistência social, Formação para o trabalho, Meio ambiente, Comunicações, Defesa de direitos e Geração de trabalho e renda.

A missão do GIFE é aperfeiçoar e difundir conceitos e práticas do uso de recursos privados para o desenvolvimento do bem comum.

Criado em 1995, o GIFE promove o Investimento Social Privado (ISP), uma prática de aporte de recursos privados para fins públicos que se diferencia da filantropia tradicional por buscar promover ações mais sistemáticas e com perspectiva de longo prazo, que sejam planejadas e, na medida do possível, avaliadas. A ideia é contribuir para a justiça e a transformação social.

Atuação O GIFE trabalha articulando e qualificando atores sociais, disseminando o Investimento Social Privado e influenciando o marco legal e as políticas públicas.

O GIFE também contribui para que seus associados desenvolvam, com eficácia e excelência, seus projetos e atividades, subsidiando-os com informações qualificadas e oferecendo capacitação por meio de oficinas, cursos e encontros com especialistas brasileiros e internacionais. Os associados encontram na Rede GIFE espaço para a troca de ideias e experiências e estímulo para o estabelecimento de parcerias na área social entre o setor privado, o Estado e a sociedade civil organizada.

Entre as ações do GIFE estão:

Gestão de relações institucionais

- Atuação em rede.
- Sistematização e divulgação do trabalho social realizado pelos associados.
- Estímulo e facilitação para a construção de parcerias.

Articulação, mobilização e capacitação

- Projeto Marco Legal e Políticas Públicas – articulação e mobilização para um campo legal favorável ao terceiro setor.
- Congresso Bienal.

- Curso modular “Ferramentas de Gestão”.
- Curso Avançado de Gestão do Investimento Social Privado – ESPM/GIFE.
- Cursos nas empresas.
- Grupos de Afinidade, Painéis Temáticos e Núcleos Regionais nas áreas de Educação, Marco legal, Meio ambiente, Cultura, Desenvolvimento comunitário e Saúde, entre outras.

Gestão de informação e conhecimento

- Sistematização de aprendizagens da rede em relatórios, livros, guias e cursos.
- Boletim semanal da Rede GIFE (25 mil leitores).
- Boletim conexão GIFE (exclusivo para associados).
- Site – portal sobre Investimento Social Privado, com cerca de 30 mil visitantes/mês (www.gife.org.br).
- Relação com a mídia – pauta e capacita a imprensa para a cobertura do tema.
- Centro de Referência Patrícia Bildner (CRPB) – centro de informações sobre ISP aberto ao público.
- Publicações editadas pelo GIFE.

15

Referência regional O GIFE é a primeira associação da América do Sul a reunir empresas, institutos e fundações que praticam Investimento Social Privado. A Rede GIFE está ligada a organizações internacionais, como a WINGS (Worldwide Initiatives for Grantmaker Support), que apoiam, pesquisam e promovem o investimento social privado.

Em seus 13 anos de existência, o GIFE consolidou-se como uma referência no Brasil sobre Investimento Social Privado e vem contribuindo para a criação de outras associações similares na América Latina, como o GDFE – Grupo de Fundaciones y Empresas, da Argentina (www.gdfe.org.ar), apoiado pelo GIFE no treinamento de parte de sua equipe.

O embrião

Com o fim do regime militar no Brasil, em meados dos anos 1980, a sociedade civil fortalece-se e articula-se principalmente em torno da aprovação de uma nova Constituição Federal, que reflita um projeto de país mais justo e democrático, com espaços formais de participação social. Em 1988, o Brasil aprova a chamada Constituição Cidadã.



O mundo sofre profundas transformações com a queda do Muro de Berlim, em 1989, e a consolidação da Comunidade Europeia. Pensadores como Anthony Giddens, Manuel Castells, Boaventura de Sousa Santos e muitos outros debruçam-se sobre os novos desafios da política e da democracia e formulam conceitos como confiança ativa, Terceira Via, democracia participativa, sociedades em redes e interações transnacionais.

Ao mesmo tempo, os Estados Unidos consolidam-se como potência unipolar e disseminam um ideário de relacionamento entre Estado, empresas e sociedade civil que ficou conhecido como Consenso de Washington. No campo econômico, o processo de globalização se acelera.

O Brasil abre seu mercado e alcança a tão almejada estabilização, pela primeira vez combinada com um regime democrático no País.

Os movimentos sociais brasileiros saem fortalecidos da década de 1980, defendendo a necessidade de se encontrar formas de alinhamento entre os governos, negócios e organizações sem fins lucrativos, para superar as históricas desigualdades sociais e os desequilíbrios ambientais do País. Além de trabalhar com a comunidade, algumas empresas também começam a buscar mais qualidade e, depois, sustentabilidade em seus processos produtivos.

No início dos anos 1990, o Brasil mobiliza-se contra a corrupção, no movimento pelo *impeachment* do então Presidente da República Fernando Collor de Mello. Também nessa época, assiste à ampla difusão de conceitos como terceiro setor, voluntariado e responsabilidade social empresarial.

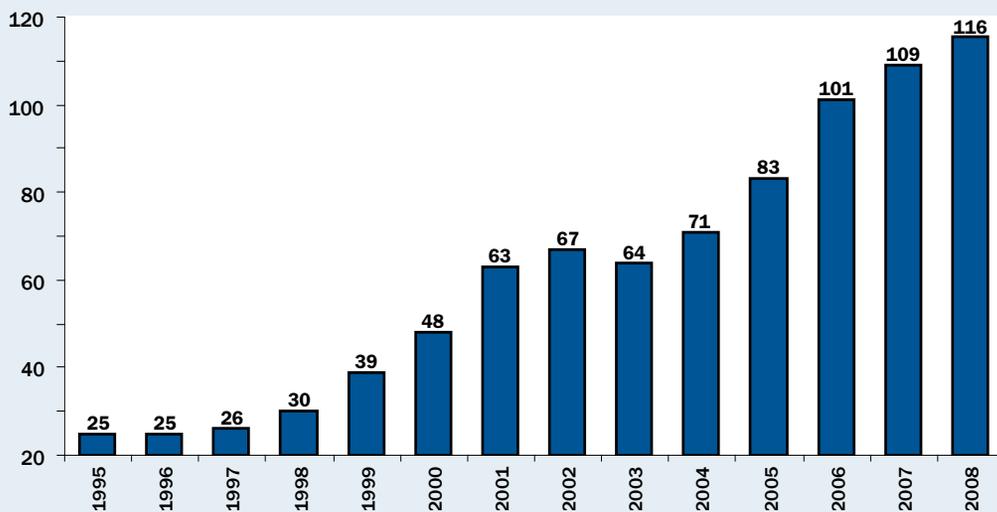
Dispostas a encontrar esses caminhos e a aperfeiçoar o trabalho que vinham desenvolvendo, diversas organizações sociais mantidas com recursos privados de origem empresarial, independente e familiar criam, em 1989, na cidade de São Paulo, um grupo de debates sobre filantropia. Esse grupo passa a se reunir informalmente, a cada dois meses, no ambiente da Câmara Americana de Comércio (AMCHAM), com apoio estratégico da Fundação W. K. Kellogg. Esse é o embrião do GIFE.

Seis anos mais tarde, em 26 de maio de 1995, realiza-se a Assembleia de Constituição do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas, com a presença de 25 organizações. Aprova-se então o Código de Ética do Grupo, que propõe princípios norteadores do Investimento Social Privado, calcados em valores como o bem comum e a transparência.



Num intervalo de duas décadas (1989-2008), o grupo de investidores sociais privados reunidos em torno do GIFE passa de 25 para 116 associados (em agosto de 2008).

Associados ao GIFE desde sua formalização



3. Caminhos e tendências

Os associados à Rede GIFE são parte da elite do Investimento Social Privado no Brasil. As tendências de investimento de seus associados são, portanto, uma amostra qualificada do envolvimento das empresas com a área social, cultural e ambiental e refletem aspectos importantes da agenda social do País.

No período analisado pelo Censo GIFE 2007-2008, os associados à Rede GIFE investiram R\$ 1,15 bilhão em ações, programas e projetos próprios ou de terceiros.

Esses recursos foram investidos em 12 áreas temáticas¹. São elas:

- Educação
- Formação para o trabalho²
- Cultura e artes
- Geração de trabalho e renda
- Apoio à gestão do terceiro setor
- Desenvolvimento comunitário/de base
- Meio ambiente
- Assistência social
- Saúde
- Defesa dos direitos
- Esportes
- Comunicações

Área de maior investimento Tal como no Censo anterior (2005-2006), a Educação é a área com maior volume de investimentos, com atuação de 83% dos associados à Rede GIFE no período analisado. Esses investimentos refletem o crescente consenso na sociedade brasileira de que as limitações do sistema educacional do País são entraves para a superação da pobreza, das desigualdades e da exclusão social. A melhoria da educação pública é também vista como pré-requisito para a inserção qualificada do Brasil na economia global.

A Educação é área ampla: abrange desde os primeiros anos da infância até a educação continuada de adultos, a educação ambiental e para a saúde. Assim, ao combinar amplitude e maiores volumes, a Educação guarda também os maiores desafios de articulação. Para ajudar a contorná-los, o GIFE mantém um Grupo de Afinidade sobre o tema.

1 Por ordem de volume de investimentos.

2 Essa é uma nova área de análise, que não constava no Censo GIFE 2005-2006. Foi incluída por sua crescente relevância de investimentos entre os associados à Rede GIFE, positivamente pressionada pelo aumento de políticas para a inserção de jovens no mercado de trabalho, como é o caso da Lei do Aprendiz.

Faixa etária de maior investimento Se analisarmos os investimentos por faixa etária, veremos que o ISP da Rede GIFE aponta concentração na área da Juventude (por isso, uma análise especial desse tema acompanha esta publicação do Censo GIFE), uma tendência importante. Entre os associados, 81% atuam em programas para jovens (em pelo menos uma das três faixas etárias – de 15 a 17 anos, de 18 a 24 anos e de 25 a 29 anos).

A conversão dos investimentos dos associados do GIFE nessa área é uma resposta ao crescimento demográfico dessa faixa da pirâmide etária no Brasil, ou seja, o aumento percentual do número de jovens com relação à população total do País. Estudiosos têm apontado a juventude como a “segunda janela de oportunidades” (a primeira consiste nos seis anos iniciais de vida da criança), período em que adolescentes e jovens vivem uma fase desafiadora, mas muito rica em experiências e aprendizagens.

Tabela 1. Atuação dos associados à Rede GIFE por faixa etária

	Qtd.	%
de 18 a 24 anos	41	67%
de 15 a 17 anos	36	59%
de 7 a 14 anos	31	51%
de 25 a 29 anos	27	44%
de 0 a 6 anos	22	36%
de 30 a 59 anos	19	31%
de 60 anos ou mais	15	25%
em todas as faixas etárias	41	67%
Respondentes: 59		

Múltiplas respostas

Autonomia e foco Este Censo traz uma análise inédita e exclusiva que ajuda a apontar interessantes tendências do ISP no Brasil.

Além da divisão de natureza jurídica dos associados (por associações, fundações ou empresas), o Censo 2007-2008 estabelece uma leitura de investimentos com base na forma de atuação dos associados:

- I. aqueles que financiam projetos de terceiros e também operam projetos próprios;
- II. os que somente financiam projetos de terceiros;
- III. os que somente operam projetos próprios.

Outra novidade é que, analisados por sua forma de atuação e segundo a concentração de seu trabalho por área temática, os associados tiveram o nível de foco de sua atuação classificado entre baixo, médio e alto (a partir da página 54, o nível de foco dos associados é apresentado em blocos por forma de atuação e também por atuação na área de Educação).

Macrorregiões A atuação dos associados do GIFE está mais concentrada no Sudeste do País, seguido pela região Sul. Logo depois vem o Nordeste, seguido do Centro-Oeste. A região Norte tem o menor volume de atuação da Rede GIFE de Investimento Social Privado.

22

Cultura de monitoramento e avaliação No que diz respeito à cultura de monitoramento e avaliação, o Censo aponta que:

- 72% das fundações/institutos e 74% das empresas fazem monitoramento/acompanhamento de todos os projetos;
- 64% das fundações/institutos e 58% das empresas fazem avaliação de resultado de todos os projetos.

Essa é uma constatação muito positiva, uma vez que a cultura de avaliação de resultados ainda é muito recente no Brasil. Além disso, realizar diagnósticos pode ser bastante oneroso, principalmente para pequenos projetos, em que uma avaliação chega a representar 15% dos custos totais da iniciativa.

Ao longo das próximas páginas, essas e outras tendências serão apresentadas com mais detalhes.

O Censo

Esta é a quarta edição do Censo GIFE, realizada pelo GIFE, pelo IBOPE Inteligência e pelo Instituto Paulo Montenegro em parceria e com apoio financeiro do Instituto ibi.



O questionário foi elaborado a muitas mãos e contou com a participação dos associados por meio do Grupo de Afinidade em Indicadores (GAI).

O objetivo era desenvolver e aplicar, em um grupo complexo e sofisticado de respondentes, perguntas estratégicas. As respostas deveriam ajudar a construir um mapa do investimento da Rede GIFE. Como todo processo de pesquisa, o Censo estabeleceu recortes.

Como já se esperava, o conjunto de respostas faz emergir algumas das principais tendências do ISP em termos de áreas e focos de investimentos e políticas de atuação dos associados.

O Censo traz vários dados institucionais dos associados: recursos financeiros para o Investimento Social Privado, perfil dos associados, empresas e mantenedoras, práticas sociais, áreas prioritárias de atuação geográfica e temática, estruturas decisórias, administrativas e de recursos humanos, experiências em planejamento, monitoramento e avaliação, como se comunicam e difundem informações.

Buscou-se identificar ainda o volume de investimentos, o comportamento dos investidores, as tendências de atuação, os principais grupos populacionais participantes da atuação, as fontes de recursos das organizações, a utilização ou não de incentivos fiscais e de ferramentas de planejamento.

A coleta de dados foi feita entre novembro de 2007 e março de 2008. Entre os 109 associados do GIFE nesse período, 80 responderam ao questionário, atingindo-se uma taxa de retorno próxima a 73%, o que é bastante significativo.

O Censo não deixa de ter incompletudes, mas representa, sem dúvida, um grande avanço para a compreensão do ISP no Brasil. Seus resultados abrem importantes janelas para debates aprofundados sobre o papel fundamental dos associados da Rede GIFE nas políticas sociais, culturais e ambientais do País.

O primeiro levantamento censitário do GIFE foi feito em 2001 e revelou a situação do Investimento Social Privado entre 63 associados nos anos de 1997 a 2000. A segunda edição, divulgada em 2005, trouxe dados sobre os recursos investidos e as ações desenvolvidas ao longo de 2004 pelos então 71 associados ao GIFE. A terceira edição, lançada em 2006, apontava desafios, soluções e contradições do setor, com maior número de dados, obtidos com 72 respondentes, dentre os 91 associados à época. A versão eletrônica do Censo GIFE 2005-2006 está disponível no portal do GIFE (www.gife.org.br).

4. Perfil da Rede GIFE

de Investimento Social Privado

Perfil de instituições, estrutura e vinculações com mantenedores

Segundo sua natureza jurídica, os associados ao GIFE dividem-se entre fundações, associações e empresas.

Entre os 80 associados à Rede GIFE que responderam ao questionário, 36% apresentam-se como Fundação de Direito Privado, 40% como Associação Civil sem Fins Lucrativos e 24% como Empresa (no Censo GIFE anterior, esses índices eram de 41% para fundações, 37% para associações e 22% para empresas).

Tabela 2. Natureza jurídica do associado à Rede GIFE

	Fundações	Associações	Empresas
Qtd.	29	32	19
%	36%	40%	24%
Respondentes: 80			

Resposta única

26

Fundações e associações

O ISP pode ser realizado por pessoas físicas ou empresas, diretamente ou por meio de uma organização, devidamente constituída para esse fim, sob a forma de fundação ou de associação.

Segundo o Código Civil brasileiro, por associação entende-se uma entidade constituída a partir da reunião de pessoas organizadas em torno de uma causa comum, com fins não econômicos. Os institutos, em geral, estão constituídos na forma de associações.

Em seu estatuto, estão instituídos os direitos e deveres dos associados, as fontes de recursos, o funcionamento dos órgãos deliberativos e a forma de gestão administrativa e de aprovação das contas. Entre os órgãos típicos de uma associação estão a Assembleia Geral, o Conselho de Administração, o Conselho Fiscal e o Conselho Consultivo.

Já as fundações surgem a partir de dotação especial de bens destinados a determinado fim. São criadas por escritura pública ou testamento e estão sujeitas à fiscalização do Ministério Público do Estado.

A alteração de estatuto de uma fundação depende da aprovação de 2/3 dos seus dirigentes e do Ministério Público. Seus órgãos típicos são o Conselho Cura-



dor, a Diretoria e o Conselho Consultivo. Em caso de extinção, o patrimônio da fundação pode ser destinado a outra fundação que se proponha a fazer um trabalho semelhante.

A escolha do modelo pelo qual a empresa opera o Investimento Social Privado deve considerar sua maturidade social e seu compromisso com a causa, além do grau de autonomia que deseja dar aos gestores da ação social.

A ação social gerida pela própria empresa:

- admite estreia imediata na área social;
- é obrigada a conviver e a adequar-se a uma lógica de operação bastante distinta da lógica vigente no terceiro setor;
- possui autonomia reduzida, já que está inserida numa organização maior e cujas prioridades diferem sobremaneira das suas;
- serve de preparação para a criação de uma organização de base empresarial autônoma.

A ação social da empresa gerida por institutos e fundações:

- favorece a reflexão e o planejamento mais detalhado das ações;
- dá à organização maior desenvoltura na gestão de programas e no estabelecimento de parcerias em relação às políticas sociais gerenciadas diretamente pelas empresas;
- permite, conforme a área em que a organização atua, que a empresa se configure como receptora de doações da empresa mantenedora e usufrua de incentivo fiscal;
- exige compromisso de longo prazo por parte do investidor social privado, já que não se cria um instituto ou fundação para atuar por um curto período;
- faz com que o foco e a profissionalização levem à otimização dos resultados;
- confere mais transparência às intenções da empresa no campo social.

Fonte: Guia GIFE sobre Investimento Social Privado: como iniciar um programa de ação social na sua empresa. p. 25 e 27.

A grande maioria dos associados à Rede GIFE tem perfil corporativo (quase 80%). Os associados de perfil independente representam 13% do total dos respondentes ao Censo 2007-2008, seguidos dos de perfil familiar e dos de perfil comunitário, como mostra a tabela 3, na página seguinte.

Tabela 3. O perfil dos associados

	Qtd.	%
Associados de perfil corporativo	63	79%
Associados de perfil independente ou de mantenedor não corporativo	10	13%
Associados de perfil familiar	6	7%
Associados de perfil comunitário	1	1%
Respondentes	80	100%

Resposta única

Dentre as associações, predominam associações ou institutos corporativos, seguidos de associações mantidas por um ou mais mantenedores, das familiares e das formadas por adesão de outras organizações. Dentre as fundações, a maioria é corporativa, seguida das independentes, das familiares e das comunitárias. Dentre as empresas, 74% são únicas e 26% são *holdings*.

Tabela 4. Como se classificam os associados

	Qtd.	%
FUNDAÇÕES		
Fundação corporativa	20	25%
Fundação independente	5	6%
Fundação familiar	3	4%
Fundação comunitária	1	1%
Total de fundações	29	36%
ASSOCIAÇÕES		
Associação/instituto corporativo	23	29%
Associação (1 ou mais mantenedores)	5	6%
Associação familiar	3	4%
Associação de membresia	1	1%
Total de associações	32	40%
EMPRESAS		
Empresa única	14	18%
<i> Holding </i>	5	6%
Total de empresas	19	24%
Respondentes	80	100%

Resposta única

Os associados têm, em sua maioria, origem nacional – 53 das 61 fundações e associações são brasileiras. Das oito com origem estrangeira, cinco têm os Estados Unidos como país de origem, e as outras três, a Argentina, o Panamá e a Suíça.

Tempo de atuação Como é relatado no quadro “O embrião” (ver página 15), a concentração de constituição dos associados à Rede GIFE coincide com o período pós-Constituição de 1988, definidora do modelo de Estado e sociedade civil do País. Entre os associados nacionais, fundações e associações, 36% foram criados entre 1991 e 2000.

Além do marco jurídico da Constituição e de algumas de suas regulamentações, como o Estatuto da Criança e do Adolescente e a Lei Orgânica da Assistência Social, houve também um realinhamento das relações entre o Estado e a sociedade civil, capitaneado principalmente pela Dra. Ruth Cardoso, então à frente do Programa Comunidade Solidária.

A década de 1990 e os primeiros anos do século XXI marcam também o período de abertura do mercado brasileiro, com amplo número de privatizações e movimentos de fusão em determinados setores da economia. Isso trouxe ao Brasil mantenedoras e empresas com histórico de Investimento Social Privado em seus países de origem.

Todo esse cenário provocou e impulsionou o chamado “boom do terceiro setor”³, quando, entre 1996 e 2002, houve um aumento de 157% no número de fundações e associações no País.

Porém, vale ressaltar que, entre os associados à Rede GIFE, há organizações bem mais antigas, algumas criadas em 1937 e outras, entre 1955 e 1989, que, apesar do desafio das profundas mudanças dos últimos anos, aportam sua perspectiva histórica ao grupo.

Tabela 5. Período de criação das fundações e associações de origem nacional

	Qtd.	%
Entre 1937 e 1979	9	17%
Entre 1980 e 1988	6	11%
Entre 1989 e 1998	12	23%
Entre 1999 e 2006	26	49%
Respondentes: 53		

Resposta única

3 Sugerido pela pesquisa FASFIL, “As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil”, realizada pelo IBGE em parceria com o IPEA, o GIFE e a Abong, em 2004.

Entre os oito associados de origem estrangeira, três iniciaram suas atividades no Brasil entre 1999 e 2002.

Investimentos em outros países Embora ainda não seja a maioria, vale destacar que, entre os associados respondentes ao Censo GIFE 2007-2008, 40% mantêm política de investimento social em outros países (o índice é de 68% entre as empresas).

Tabela 6. Associado e/ou mantenedora com política de ISP em outros países

	Fundações/associações	Empresas
Sim	31%	68%
Não	69%	32%
Respondentes	61	19

Resposta única

30

O fato de fundações, associações e, principalmente, empresas dedicarem-se a fazer Investimento Social Privado em outros países tem grande potencial para o desenvolvimento, a consolidação, o monitoramento e a avaliação do uso de tecnologias sociais brasileiras fora do Brasil, com apoio dos associados à Rede GIFE (ver quadro abaixo, “O Brasil dos investimentos e das tecnologias sociais”).

O Brasil dos investimentos e das tecnologias sociais

Em 2006, segundo dados do Ministério da Fazenda, o Brasil, pela primeira vez, investiu mais no exterior do que recebeu investimentos no País. Impulsionados pela internacionalização das operações de grandes empresas brasileiras, os investimentos estrangeiros fecharam o ano de 2006 em pouco mais de US\$ 18 bilhões. Já os investimentos brasileiros no exterior fecharam acima de US\$ 26 bilhões.

Além de ser um importante investidor, o Brasil é ainda um exportador de tecnologias sociais. Programas como a Pastoral da Criança, o Bolsa-família e suas variações, o Comitê para Democratização da Informática (CDI), projetos de participação de jovens em suas comunidades ou de monitoramento da mídia para temas sociais foram adaptados e estão hoje presentes em países como Angola, Moçambique, Equador, México, Argentina, Marrocos e Timor Leste.



Essa nova lógica pode ser enquadrada no conceito de “filantropia 4.0”, criado pela russa Olga Alexeeva, diretora da CAF Global Trustees, e apresentado no 5º Congresso GIFE de Investimento Social Privado, em abril de 2008, por Marcos Kisil, diretor-presidente do Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social Privado (IDIS).

“A filantropia 4.0 é uma filantropia que se caracteriza não mais pelo fluxo de fundos de países desenvolvidos para o Sul Global, mas pelo desenvolvimento da filantropia autóctone dos países em desenvolvimento, gerando modelos e transformações sociais que podem ser úteis numa escala global”, explica Kisil no artigo “Filantropia 4.0: rumo ao investimento social privado num mundo globalizado”, disponível no site do GIFE.

No momento em que a economia dos países em desenvolvimento está crescendo, os recursos do Sul Global seriam investidos na própria região, fomentando trocas entre esses países. “É a globalização da economia gerando a globalização do conhecimento e, em consequência, a globalização da filantropia”, conclui Kisil.

Receita da mantenedora ou empresa Entre as empresas e mantenedoras dos associados à Rede GIFE, 40% tinham, em 2007, receita bruta anual acima de R\$ 2 bilhões. Se analisadas apenas as empresas associadas, 47% tinham orçamento acima de R\$ 2 bilhões. Dos associados que responderam ao questionário, 23,7% não informaram a renda bruta das empresas e/ou mantenedoras, como mostra a tabela 7, abaixo.

Tabela 7. Receita bruta da mantenedora ou empresa em 2007

	Fundações/associações	Empresas
Até R\$ 10 milhões	9	—
De R\$ 10 a R\$ 100 milhões	4	2
De R\$ 100 milhões a R\$ 2 bilhões	15	4
Acima de R\$ 2 bilhões	18	9
Respondentes	46	15

Sobre a origem do capital de empresas e mantenedoras, 61% dos associados que responderam ao Censo têm capital nacional, 28% têm capital estrangeiro e 9% têm capital misto. O capital nacional está mais concentrado entre as mantenedoras de fundações e associações. Entre as empresas associadas, 53% têm capital estrangeiro, como mostra a tabela 8, abaixo.

Tabela 8. Origem do capital do associado ou da mantenedora

	Fundações/associações	Empresas
Nacional	72%	26%
Estrangeira	19%	53%
Mista	5%	21%
Não respondeu	4%	—
Respondentes	57	19

Resposta única

O capital das empresas e mantenedoras é principalmente fechado (45% dos associados). Do capital dos associados, 33% é aberto e 18% é fechado e aberto.

Uma ética de responsabilidade social As fundações e associações nascem principalmente de uma ética de responsabilidade social e de uma história e um compromisso de suas mantenedoras com o Investimento Social Privado.

Das 61 fundações e associações, 28 (46%) estão vinculadas a um grupo mantenedor que já praticava Investimento Social Privado antes da constituição formal do associado à Rede GIFE, conforme mostra a tabela 9, a seguir.

Tabela 9. Antes da criação do associado, a mantenedora praticava ISP?

	Qtd.	%
Sim	28	46%
Não	10	16%
Não se aplica ou não respondeu	23	38%
Respondentes: 61		

Resposta única

Esse compromisso das empresas ou grupos mantenedores se reafirma também no que mostra a tabela 10, abaixo: as mantenedoras de 30 das fundações e associações realizam Investimento Social Privado além do realizado pelo associado, na mesma área ou em áreas distintas de atuação.

Tabela 10. A mantenedora pratica ISP, além do realizado pelo associado?

	Qtd.	%
Sim, em outra área	22	36%
Sim, na mesma área	8	13%
Não	8	13%
Não se aplica ou não respondeu	23	38%
Respondentes: 61		

Resposta única

33

É importante dizer que esses investimentos não estão voltados exclusiva ou preferencialmente para funcionários da mantenedora e/ou seus familiares.

Tabela 11. Os associados realizam ações voltadas para funcionários das mantenedoras?

	Qtd.	%
Sim	15	24%
Não	23	38%
Não se aplica ou não respondeu	23	38%
Respondentes: 61		

Resposta única

Porém, os associados realizam, sim, ações sociais vinculadas ao seu ramo de atividade ou da mantenedora ou do grupo de mantenedores (com destaque para as empresas), conforme tabela 12, na página a seguir.

Tabela 12. O associado realiza ações vinculadas ao seu ramo de atividade ou da mantenedora?

	Fundações	Associações	Empresas
Sim	41%	59%	68%
Não	59%	41%	32%
Respondentes	29	32	19

Resposta única

A relação das fundações e associações e os processos decisórios dentro das mantenedoras passam principalmente pelas mais altas esferas de decisão (entre associações e fundações, 40% reportam-se à presidência e 16%, a assembleias ou conselhos).



5. Recursos humanos

Pessoas As estruturas de recursos humanos dos associados à Rede GIFE de Investimento Social Privado são quase sempre enxutas. Embora a média de funcionários (sem contar voluntários) de associações e fundações seja alta (154), quando retiramos da amostra os três maiores empregadores (grandes fundações que operam exclusivamente programas próprios), a média cai para 32 funcionários por organização.

Tabela 13. Número de pessoas por regime de emprego

	CLT	Autônomos	Cedidos	Total (excluindo voluntários)	Voluntários	Total geral
Fundações/ associações	7.522	1.740	128	9.390	13.021	22.411
Respondentes: 61						

36

Ao observar o cargo dos funcionários, nota-se a seguinte distribuição: diretores (6,5% do total de funcionários dos associados, entre diretores remunerados e voluntários), gerentes (17% do total), técnicos com formação superior (a grande concentração de pessoas por cargo, com 43% do total) ou formação média (19,5%) e estagiários (14,5%).

6. Recursos financeiros

A origem dos recursos A grande maioria dos associados à Rede GIFE tem mais de 50% de seus recursos provenientes de recursos próprios do associado ou de sua mantenedora ou grupo mantenedor (64% entre as associações e fundações e 84% entre as empresas).

Tabela 14. A origem dos recursos

	Fundações/ associações	Empresas
80% ou mais provenientes de recursos próprios do associado ou mantenedora/grupo mantenedor	29	14
De 50% a 79% próprios do associado ou mantenedora/grupo mantenedor	10	2
80% ou mais provenientes de recursos do fundo patrimonial	3	0
50% ou mais provenientes de doações da pessoa física	2	0
50% ou mais provenientes de doações da pessoa jurídica	4	0
Mais de 50% provenientes de serviços/ <i>marketing</i> relacionados à causa	3	1
Mais de 50% provenientes de incentivo/renúncia fiscal	2	1
Outras combinações	7	0
Não respondeu	1	1
Respondentes	61	19

38

A tabela 14 mostra que ainda é pouco frequente os associados terem recursos próprios, gerados a partir de fundos patrimoniais (ver quadro “Fundos patrimoniais” a seguir), como é comum em outros países (apenas 5% têm mais da metade dos recursos originados dessa forma).

Tampouco é comum que um grande volume de recursos seja proveniente de doações de pessoas físicas.

Fundos patrimoniais

Prática comum em países europeus e nos Estados Unidos, os fundos patrimoniais consistem em parte do patrimônio da entidade que, devidamente investido, gera receitas que auxiliam na sua manutenção e no financiamento de seu objetivo social.

Embora o Código Civil brasileiro possibilite a criação dos fundos patrimoniais para as fundações, em razão da natureza jurídica destas, algumas Curadorias de Fundações, equivocadamente, entendem sua criação e a aplicação de superávits nesses fundos como desvio de finalidade.

Portanto, segundo o documento Visão GIFE, seriam necessárias:

- modificações legislativas que visem a ampliar o reconhecimento dos fundos patrimoniais para as fundações;
- unificação de entendimento das autoridades fiscais e curadorias das fundações de que a aplicação de superávit nos fundos patrimoniais não compreende desvio de finalidade.

39

Entre os associados, 45% utilizam ainda outras formas de arrecadação de recursos. Entre elas, as doações por pessoa jurídica, o *marketing* relacionado à causa e os incentivos e renúncias fiscais.

Tabela 15. A origem dos recursos quando há captação de terceiros

	Fundações/ associações	Empresas
Utilizam doações de pessoa jurídica	25	0
Utilizam <i>marketing</i> relacionado à causa (10% ou mais)	6	2
Utilizam incentivo/renúncia fiscal (10% ou mais)	6	4
Utilizam recursos provenientes de transferências governamentais (mais de 10%)	4	0
Utilizam contribuições associativas (10% ou mais)	1	0
Utilizam recursos da cooperação internacional (10% ou mais)	1	0
Respondentes	30	6

Múltiplas respostas

Renúncias fiscais Os incentivos fiscais para iniciativas de interesse público, além de alavancar uma área ou um setor, como fizeram e fazem na área cultural, por exemplo, cumprem importante função de mobilização social.

As imunidades e isenções tributárias concedidas às organizações do terceiro setor devem ser compreendidas, portanto, como instrumentos de fomento e de consolidação de sua atuação.

O GIFE defende:

- o aperfeiçoamento do tratamento tributário dado a essas entidades para garantir essa função principal, de fomento e consolidação;
- o aperfeiçoamento do ambiente regulatório, a fim de ampliar sua abrangência e democratizar seu acesso.

Como se viu na tabela 15, apenas 10% das fundações e associações e 21% das empresas associadas à Rede GIFE e respondentes ao Censo têm na renúncia fiscal a origem de mais de 10% de seu orçamento.

Entre os programas de incentivo e renúncia fiscal mais utilizados pelos associados ou por suas mantenedoras estão a Lei Rouanet, os mecanismos previstos no Estatuto da Criança e do Adolescente, a dedução de despesas operacionais e a Lei de Utilidade Pública Federal.

Tabela 16. Tipos de incentivo utilizados por natureza jurídica do associado

	Fundações	Associações	Empresas	Total
Lei Rouanet (Lei 8.313)	38%	43%	47%	42%
Estatuto da Criança e do Adolescente	21%	27%	47%	29%
Lei de Utilidade Pública Federal	31%	20%	21%	24%
Dedução de despesas operacionais	24%	27%	21%	24%
Leis municipais	7%	3%	21%	9%
Lei do Audiovisual (Lei 8.685)	3%	10%	5%	6%



	Fundações	Associações	Empresas	Total
Leis estaduais	3%	7%	11%	6%
Outro	10%	3%	11%	8%
Nenhum	28%	23%	37%	28%
Respondentes	29	30	19	78

Múltiplas respostas

Entre os associados que não usam incentivos ou renúncia fiscal, as principais razões para não fazê-lo são o desconhecimento dos incentivos ou simplesmente a incompatibilidade do regime de tributação dos associados com as normas dos programas de incentivos. Há ainda, entre os associados, aqueles que defendem que o ISP não deveria ser feito com o uso de incentivos ou de renúncia fiscal.

7. Estratégias para a ação

A distribuição dos recursos Os recursos dos associados são distribuídos entre a execução de projetos próprios, o apoio a projetos de terceiros e os investimentos em administração, avaliação e comunicação, além de outras destinações (ver tabela 17).

Tabela 17. Distribuição dos recursos dos associados por tipo de gasto

		Fundações/ associações	Empresas	Total
Projetos de terceiros	Até 5%	31	5	36
	de 6% a 25%	7	5	12
	de 26% a 50%	7	6	13
	de 51% a 90%	13	1	14
	mais de 91%	3	2	5
Projetos próprios	Até 5%	10	2	12
	de 6% a 25%	13	2	15
	de 26% a 50%	3	4	7
	de 51% a 90%	28	7	35
	mais de 91%	7	4	11
Administração Avaliação Comunicação	Até 5%	11	11	22
	de 6% a 25%	35	5	40
	de 26% a 50%	12	3	15
	de 51% a 90%	1	0	1
	mais de 91%	2	0	2
Outros	Até 5%	55	17	72
	de 6% a 25%	5	2	7
	de 26% a 50%	0	0	0
	de 51% a 90%	0	0	0
	mais de 91%	1	0	1

Resposta única

Programas e ações próprios ou de terceiros Os recursos disponíveis para o Investimento Social Privado são implementados, basicamente, de duas formas: no apoio a programas e ações sociais de terceiros ou na execução de projetos próprios. Há ainda uma terceira forma de repasse, feita diretamente ao beneficiário, menos utilizada pelos associados.

Tabela 18. Formas de atuação

	Repasse para outras instituições	Repasse diretamente aos beneficiários	Operador de projetos próprios	Respondentes
Fundações/ associações	34	8	46	61
Empresas	12	5	17	19
Total	46	13	63	80

Múltiplas respostas

45

Segundo seu tipo de atuação, os associados à Rede GIFE podem também ser divididos em três diferentes categorias (ver tabela 18, acima):

- I. aqueles que financiam projetos de terceiros e também operam projetos próprios (33 do total de 80, ou 41%);
- II. os que somente financiam projetos de terceiros (16 do total de 80, ou 20%);
- III. os que somente operam projetos próprios (31 do total de 80, ou 39%).

Tabela 19. Tipo de atuação

	Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	Somente financiam projetos de terceiros	Somente operam projetos próprios
Fundações	45%	17%	38%
Associações	28%	28%	44%
Empresas	58%	10%	32%
Total	41%	20%	39%
Respondentes	33	16	31

Resposta única

Entre os que financiam e operam e os que só financiam, os principais beneficiários são ONGs, organizações de base comunitária, órgãos governamentais e indivíduos, conforme a tabela 20, abaixo.

Tabela 20. Tipo de atuação por beneficiário

	Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	Somente financiam projetos de terceiros
ONGs	27	15
Organizações de base comunitária	14	9
Órgãos governamentais	7	6
Indivíduos (pesquisadores, profissionais, estudantes etc.)	6	2
Outros	9	3
Respondentes	33	16

Múltiplas respostas

46

Parâmetros para atuação As prioridades de atuação dos associados resultam da combinação de dados e reflexões sobre a realidade do Brasil e/ou da região onde atuam. Ou seja, mesclam-se parâmetros baseados em indicadores econômicos e sociais e critérios de vulnerabilidade social com a identificação de problemas nas comunidades vizinhas e as demandas identificadas pelos colaboradores das empresas. Nas respostas ao Censo GIFE 2007-2008, foram somados 247 critérios, como mostra a tabela 21, abaixo.

Tabela 21. Parâmetros para a atuação dos associados

	Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	Somente financiam projetos de terceiros	Somente operam projetos próprios	Total
Indicadores econômicos e sociais	22	10	16	48
Critérios de vulnerabilidade social	18	9	15	42



	Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	Somente financiam projetos de terceiros	Somente operam projetos próprios	Total
Demandas colocadas pelas comunidades do entorno	12	6	18	36
Localidades vizinhas às instalações da organização ou empresa	13	6	14	33
Demandas identificadas pelos colaboradores da empresa	10	4	6	20
Critérios sobre o grau de organização comunitária	9	6	4	19
Indicadores de oferta de serviços públicos	4	3	5	12
Critérios baseados no mercado de trabalho	5	4	3	12
Motivação pessoal (filantrópica / humanitária / religiosa etc.)	2	0	0	2
Outros critérios	6	4	9	19
Total de critérios considerados	101	52	94	247
Respondentes	31	16	31	78

Múltiplas respostas

Outros critérios para a priorização de ações são estabelecidos com base em temas, áreas de atuação geográficas e segmento populacional. Os associados à Rede GIFE preferem o critério temático, seguido do geográfico e, em terceiro lugar, do segmento de população (que, como veremos mais adiante, tem um recorte eminentemente etário e por faixa de renda).

Tabela 22. Critérios para a atuação dos associados, por forma de atuação

	Temático	Geográfico	Segmento populacional	Outros	Total de parâmetros citados	Respondentes
Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	29	18	13	6	66	33
Somente financiam projetos de terceiros	13	12	7	2	34	16
Somente operam projetos próprios	23	12	11	5	51	31
Total	65	42	31	13	151	80

Múltiplas respostas

No detalhamento do item segmento populacional, percebe-se que os critérios para a escolha de prioridades dos associados estão concentrados em idade e renda. Os critérios gênero e etnia, embora estejam muitas vezes na raiz de alguns dos maiores desafios de inclusão no País, têm menor peso no processo de decisão dos associados para a destinação e implementação de recursos.

Tabela 23. Critérios para a atuação dos associados, por forma de atuação, segundo segmento populacional

	Faixa de renda	Faixa etária	População com necessidades especiais	Gênero	Etnia	Orientação sexual	Total de segmentos populacionais mencionados	Respondentes
Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	11	9	3	1	1	0	25	13



	Faixa de renda	Faixa etária	População com necessidades especiais	Gênero	Etnia	Orientação sexual	Total de segmentos populacionais mencionados	Respondentes
Somente financiam projetos de terceiros	5	6	0	2	1	1	15	7
Somente operam projetos próprios	11	11	3	0	0	0	25	11
Total	27	26	6	3	2	1	65	31

Múltiplas respostas

Estratégias Entre as estratégias mais comuns utilizadas pelos associados à Rede GIFE estão organização e promoção de cursos e capacitações, doação de materiais e equipamentos, pesquisas e campanhas de mobilização, publicações, prêmios.

49

Tabela 24. Estratégias de atuação dos associados, por forma de atuação

	Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	Somente financiam projetos de terceiros	Somente operam projetos próprios	Total
Cursos e capacitações	85%	75%	81%	81%
Doação de materiais e equipamentos	70%	63%	32%	54%
Pesquisas	52%	38%	42%	45%
Campanhas de mobilização	61%	50%	26%	45%
Publicações	55%	44%	32%	44%
Prêmios	52%	25%	23%	35%
Trabalho voluntário/cessão de pessoal próprio para organizações sociais	52%	25%	19%	34%



	Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	Somente financiam projetos de terceiros	Somente operam projetos próprios	Total
Nenhuma das estratégias acima	3%	13%	10%	8%
Respondentes	33	16	31	80

Múltiplas respostas

50

Reconhecimento público e transparência A legislação brasileira prevê uma série de títulos, registros e certificados que, quando concedidos, credenciam as fundações e associações para o pedido de isenções fiscais.

Os títulos e certificados concedidos em processos públicos também são importantes para dar transparência e *accountability*⁴ a essas organizações, que são assim reconhecidas e passíveis de orientação e fiscalização pelo Ministério Público, pelo Poder Legislativo e pelos conselhos setoriais, como os Conselhos Municipais e Estaduais da Infância e da Juventude e de Assistência Social.

Como no Censo GIFE anterior (2005-2006), entre as fundações, o título mais comum é o de Utilidade Pública Federal, seguido do registro no Conselho de Assistência Social Municipal, dos títulos que facilitam o trabalho em parceria com o Poder Público e do repasse de recursos deste para os associados executarem ações de assistência social, entre outras.

Entre as associações, o mais frequente é de OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), seguido do de Utilidade Pública Municipal, como mostra a tabela 25.

Tabela 25. Títulos, registros e certificados que o associado possui

	Fundações	Associações
Utilidade Pública Federal	74%	32%
Registro no Conselho de Assistência Social Municipal	52%	32%



4 *Accountability* é um termo em inglês, sem tradução precisa para o português, que indica a possibilidade de responsabilização de uma pessoa ou instituição pelas autoridades competentes, por seus acionistas ou consumidores.

Utilidade Pública Estadual	48%	24%
Utilidade Pública Municipal	41%	35%
Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEBAS)	41%	18%
Registro no Conselho de Assistência Social Federal	37%	18%
Registro no Conselho da Criança e do Adolescente	33%	26%
Registro no Conselho de Assistência Social Estadual	30%	15%
Nenhum deles	15%	18%
Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP)	11%	44%
Organização Social (OS)	7%	0%
Respondentes	29	32

Múltiplas respostas

51

A CPI das ONGs*

Em boa parte do período analisado por este Censo GIFE 2007-2008, estava em funcionamento no Congresso Nacional uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) criada para investigar os repasses de dinheiro público para Organizações Não-Governamentais. Conhecida como CPI das ONGs, a Comissão foi instalada em 15 de março de 2007 e até a publicação deste Censo não havia sido concluída.

Em diversos momentos, a CPI incentivou debates na mídia sobre o financiamento e a fiscalização das organizações sociais, o que é mesmo parte do processo democrático. Porém, objeto de disputa entre governo e oposição e de uma cobertura errática da mídia, a CPI correu várias vezes o risco de levantar conclusões apressadas e levar a uma criminalização generalizada das entidades.

Para o consultor de Economia da ONG Contas Abertas, Gil Castelo Branco, há formas, sim, de se controlar para onde vai o dinheiro destinado a ONGs por meio de emendas parlamentares. Um exemplo seria a chamada Modalidade 50 do Orçamento, que discrimina todas as transferências feitas por parlamentares a organizações de origem privada (ONGs, sindicatos, partidos políticos etc.).



Em alguns momentos, a mídia trouxe a informação de que o Brasil seria o único país onde as ONGs são patrocinadas pelo governo. A afirmação é contestada por um estudo realizado pela reconhecida Universidade John Hopkins (EUA) em 34 países. O levantamento de 2003 comparou a origem dos recursos destinados a organizações sem fins lucrativos, oriundos do Estado e do setor privado nos cinco continentes. O Brasil é um dos países com menor porcentagem de recursos vindos do Estado.

Para o secretário-geral do GIFE, Fernando Rossetti, o Estado deve criar regras e acordos de como prestar contas da maneira mais transparente possível, porém, sem dificultar o trabalho das organizações sociais. “Quando o Estado se mete a controlar, ele burocratiza o sistema. Isso poderia trazer consequências para o trabalho de pequenas entidades, que se tornariam inviáveis sem um amplo respaldo jurídico”, afirmou.

* Texto adaptado de material publicado no site do GIFE.

52

Pedidos de financiamento Entre os associados que apenas financiam projetos ou os financiam e os operam, é comum o recebimento de pedidos de financiamento por parte de ONGs ou outros potenciais parceiros e até mesmo de pessoas físicas. Em 2007, por exemplo, mais de 65% receberam pelo menos 50 pedidos de financiamento, com uma média geral entre os respondentes de 240 pedidos por ano.

A partir dos dados de 35 respondentes, que também informaram quantos pedidos foram atendidos, chega-se a uma média de 34% de pedidos atendidos em 2007.

Tabela 26. Número de pedidos de financiamento × forma de atuação em 2007

	Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	Somente financiam projetos de terceiros	Total
Até 50	5	4	9
De 51 até 200	9	7	16
De 201 até 500	6	1	7
Acima de 501	5	4	9
Não informou	8	—	8
Respondentes	33	16	49

Resposta única

Áreas de atuação

A geografia Os associados à Rede GIFE estão presentes com projetos e programas em todas as Unidades da Federação brasileira.

No olhar por macrorregiões brasileiras, a distribuição está mais concentrada no Sudeste, seguido pela região Sul. Logo depois vem o Nordeste, seguido pelo Centro-Oeste. A região Norte tem o menor volume de atuação da Rede GIFE de Investimento Social Privado.

Tabela 27. Número de associados que atuam por região do país

	Sudeste	Sul	Nordeste	Centro-Oeste	Norte	Respondentes
Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	31	25	26	23	22	33
Somente financiam projetos de terceiros	15	11	12	7	5	16
Somente operam projetos próprios	11	29	18	10	9	31
Total	57	65	56	40	36	80

Múltiplas respostas

53

Os temas Os associados à Rede GIFE de Investimento Social Privado concentram seus programas e ações em 12 áreas temáticas (ver tabela 28, abaixo).

Tabela 28. Áreas de atuação dos associados, com percentual dos que atuam em cada uma

	%
Educação	83%
Formação para o trabalho	59%
Cultura e artes	55%
Geração de trabalho e renda	53% →

	%
Apoio à gestão do terceiro setor	53%
Desenvolvimento comunitário/de base	48%
Meio ambiente	46%
Assistência social	40%
Saúde	38%
Defesa dos direitos	35%
Esportes	28%
Comunicações	23%
Respondentes: 80	

Múltiplas respostas

54

Foco Também em uma análise inédita e especial para este Censo GIFE 2007-2008, os associados foram classificados, segundo sua forma de atuação e sua concentração por área temática, de acordo com o foco de seu trabalho.

O foco pode ser baixo, médio e alto, e cada um dos 80 associados recebeu uma classificação. Observa-se que entre os associados que somente operam projetos é possível ter melhor foco. Entre os 31 associados com essa forma de atuação, 20 têm foco alto em seu trabalho e apenas 2 têm foco baixo.

Entre os que somente financiam, a distribuição entre focos alto, médio e baixo é equilibrada. E entre aqueles que financiam e operam projetos, 27% têm foco alto, 42,5% têm foco médio e 30,5% têm foco baixo.

Tabela 29. Nível de foco da atuação do associado por forma de atuação

	Foco baixo	Foco médio	Foco alto	Total
Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	10	14	9	33
Somente financiam projetos de terceiros	4	6	6	16
Somente operam projetos próprios	2	9	20	31
Respondentes	16	29	35	80

Resposta única

8. Educação

Área com maior volume de investimentos entre os associados, a Educação segue à frente no número de projetos e programas dos associados e também em volume de investimentos. Em 2007, os associados ao GIFE destinaram quase R\$ 400 milhões em atividades na área, como mostra a tabela 30, abaixo. O valor representa aproximadamente um terço do total de investimentos dos associados.

Tabela 30. Investimentos em Educação

	Total de investimentos em Educação em 2007, em R\$	Respondentes
Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	108.395.348	23
Somente financiam projetos de terceiros	41.808.071	10
Somente operam projetos próprios	247.777.329	22
Total	397.980.748	55

Resposta única

Ao todo, foram beneficiadas quase 4 milhões de pessoas e mais de 52 mil entidades.

Tabela 31. Número de entidades e pessoas beneficiadas em projetos de Educação

	Entidades beneficiadas	Pessoas beneficiadas	Respondentes
Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	46.911	1.574.981	21
Somente financiam projetos de terceiros	5.035	2.044.336	10
Somente operam projetos próprios	766	327.961	16
Total	52.712	3.947.279	47

Resposta única

Entre as áreas de atuação, estão a educação regular, com 38 ações, as atividades extracurriculares, com 30, a educação não-regular, com 26, e o apoio a famílias, com 16 atividades.

Tabela 32. Percentual de atividades por área da Educação

	%
Educação regular	58%
Atividades extracurriculares	45%
Educação não-regular	39%
Apoio a família/alunos (fora da escola)	24%
Respondentes: 66	

Múltiplas respostas

57

A tabela 32 traz dados importantes, pois revela o peso das ações de educação regular e, portanto, o foco da atuação dos associados nos sistemas de ensino, reforçando-o, complementando-o ou ainda apoiando um de seus principais atores: as famílias das crianças, adolescentes e jovens.

Na educação regular, os ensinos Fundamental e Médio concentram o maior número de atividades e também de entidades beneficiadas. Na educação não-regular, a educação de jovens e adultos e a alfabetização de adultos lideram o número de atividades realizadas ou apoiadas pelos associados.

Entre as atividades extracurriculares, destacam-se os projetos e programas culturais e comunitários. Na área de apoio a famílias, o reforço escolar e as bolsas são as principais ações dos associados.

Foco Se analisarmos o foco desse investimento, segundo a forma de atuação e a concentração dos projetos por área temática, perceberemos que entre os associados que financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios há 11 associados com foco alto. Entre aqueles que somente financiam projetos de terceiros, o número cai para três. Já entre os que somente operam projetos próprios, como na tendência geral, há maior número de associados com foco alto (15) em sua atuação na Educação, como mostra a tabela 33, a seguir.

Tabela 33. Nível de foco da atuação do associado em Educação por forma de atuação

	Foco baixo	Foco médio	Foco alto	Respondentes
Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	7	10	11	28
Somente financiam projetos de terceiros	5	4	3	12
Somente operam projetos próprios	3	7	15	25
Total	15	21	29	65

Resposta única

Na análise por faixa etária, os investimentos em Educação reafirmam a concentração nas três faixas mais próximas da juventude, ou seja, no intervalo entre os 15 e os 29 anos.

58**Tabela 34. Educação, por forma de atuação, por percentual de atividades por faixa etária**

	0-6 anos	7-14 anos	15-17 anos	18-24 anos	25-29 anos	30-59 anos	60 anos ou mais	Todas	Respondentes
Financiam projetos de terceiros e operam projetos próprios	39%	65%	74%	57%	26%	13%	13%	13%	23
Somente financiam projetos de terceiros	25%	58%	67%	42%	8%	0%	0%	33%	12
Somente operam projetos próprios	0%	0%	20%	20%	0%	0%	0%	80%	5
Total	30%	55%	65%	48%	18%	8%	8%	28%	40

Múltiplas respostas

No recorte de gênero, chama a atenção o fato de não haver concentração de atividades voltadas especificamente às meninas ou aos meninos, às garotas ou aos rapazes. Todos os associados atuam em projetos e programas voltados para ambos os gêneros.

No recorte de etnia, tampouco há um foco especial. Os associados que somente financiam projetos parecem ter mais foco na questão, destinando recursos a projetos de terceiros voltados para crianças, jovens e adultos, segundo sua etnia.

Tabela 35. Educação, por forma de atuação, por percentual de atividades por etnia

	Branco	Negro	Índio	Outras	Respondentes
Financiam projetos de terceiros operam projetos próprios	0%	4%	4%	0%	23
Somente financiam projetos de terceiros	17%	17%	0%	17%	12
Somente operam projetos próprios	0%	0%	0%	0%	5
Total	5%	8%	3%	5%	40

Múltiplas respostas

9. Monitoramento, avaliação, impacto e transparência

Monitoramento O monitoramento dos projetos, programas e ações é uma realidade entre os associados da Rede GIFE de Investimento Social Privado: 74% deles adotam práticas de monitoramento em todas as ações que desenvolvem.

O monitoramento é prática fundamental para a avaliação dos projetos, a medição de impactos e a alimentação de um novo ciclo de planejamento. Além disso, o acompanhamento permanente dos projetos permite correções em suas estratégias durante a execução da atividade, o que a torna muito mais eficiente e permite mantê-la sempre próxima a seu objetivo.

Tabela 36. Uso de prática de monitoramento

	%
Em todos os projetos	74%
Em alguns projetos	23%
Não adota	3%
Respondentes: 80	

Resposta única

Entre as principais dificuldades encontradas pelos associados para realizar o acompanhamento dos projetos estão:

- falta de pessoal (para 48% dos associados);
- insuficiência de tempo (relatada por 43% dos associados);
- falta de recursos (segundo 27% dos associados);
- resistência da comunidade-alvo ou dos beneficiários (relatada por 21% dos associados);
- desconhecimento de métodos (para 18% dos associados);
- resistência da equipe técnica para realizar a atividade (segundo 16% dos associados);
- baixa importância atribuída pela direção superior a essa atividade (encontrada por 12% dos associados).

Porém, 75% dos associados afirmam não ter dificuldade de monitorar projetos.

Avaliação A avaliação é outra prática comum entre os associados da Rede GIFE de Investimento Social Privado, embora num percentual menor que a de monitoramento.

Dos 80 associados que responderam ao Censo GIFE 2007-2008, 62% relataram adotar práticas de avaliação de resultados em todas as ações que desenvolvem.

Tabela 37. Uso de práticas de avaliação

	%
Em todos os projetos	62%
Em alguns projetos	32%
Não adota	6%
Respondentes: 80	

Resposta única

Assim como o monitoramento, a avaliação é essencial para qualquer programa ou ação que pretenda promover desenvolvimento sustentável, práticas sociais mais efetivas e participativas, impactos na comunidade onde acontece etc., com reflexos no município, no estado e no país.

As avaliações dos projetos são feitas regularmente pela direção ou pelo órgão pertinente do associado, entre 70% dos associados. Órgãos consultivos ou especialistas externos são chamados para realizar as avaliações regularmente para 19% dos associados e ocasionalmente para 64% deles.

Entre os procedimentos utilizados para a avaliação estão:

- coleta e sistematização das informações sobre resultados obtidos (usadas regularmente por 86% dos associados);
- coleta e sistematização das informações sobre custos e despesas (usadas regularmente por 74% dos associados);
- visitas e entrevistas periódicas aos beneficiários (usadas regularmente por 58% dos associados);
- sistemas de comparação antes/depois das ações ou programas (usados regularmente por 47% dos associados);
- grupos focais e/ou análises qualitativas (usados regularmente por 23% dos associados);
- *benchmarking* (usado regularmente por apenas 18% dos associados).

Os critérios de avaliação dos associados levam em conta (ver tabela 38, abaixo):

Tabela 38. Critérios muito importantes, segundo percentual de respostas de associados que usam práticas de avaliação

	Qtd.	%
Clareza na definição de objetivos	59	79%
Metodologias para a implementação adequada das ações	52	69%
Questões na gestão e/ou no gerenciamento das ações	52	69%
Disponibilidade de recursos	43	57%
Questões de articulação e/ou coordenação com parceiros	42	56%
Existência de sistemas de monitoramento das ações	41	55%
Atitudes das comunidades e representantes da sociedade civil	39	52%
Questões de desenho e focalização	33	44%
Relações com o Poder Público	33	44%
Respondentes: 75		

Múltiplas respostas

64

Produtos Das avaliações, o produto mais comum é o relatório contendo análises e resultados da avaliação (para 91% dos associados que realizam a avaliação de projetos).

Bem preparado e apresentado, o relatório é uma ferramenta poderosa de comunicação, planejamento e convencimento, tanto para os associados como para suas mantenedoras.

Os relatórios de metodologia são produzidos por 32% dos associados em seus processos de avaliação.

Entre as principais dificuldades encontradas pelos associados para realizar a avaliação de projetos estão:

- insuficiência de recursos (relatada por 49% dos associados);
- ausência ou insuficiência de pessoal (segundo 48% dos associados);
- insuficiência de tempo (para 36% dos associados);
- desconhecimento de métodos de avaliação (conforme 31% dos associados);

- resistência da comunidade-alvo ou dos beneficiários (relatada por 30% dos associados);
- resistência da equipe técnica para realizar a atividade (de acordo com 22% dos associados);
- baixa importância atribuída pela direção superior a essa atividade (relatada por 16% dos associados).

Todavia, 50% dos associados relatam não possuir dificuldades para exercitar a prática de avaliação dos projetos.

Informações públicas e transparência A disseminação de informações sobre o ISP dos associados é condição fundamental dentro do papel de atores sociais, pertencentes a um regime democrático, que os associados à Rede GIFE têm e reconhecem ter. Ser claro e transparente não é simplesmente uma opção dos associados, mas deve ser parte de seus objetivos iniciais.

A mídia e a internet são os principais meios para a divulgação das atividades de ISP dos associados. Os sites e portais na internet e as ações de assessoria de imprensa são as mais utilizadas entre os 80 associados participantes deste Censo. Outros meios importantes são as publicações impressas.

Tabela 39. Meios utilizados na divulgação das atividades dos associados

	%
Síte/portal da internet	86%
Publicações impressas	75%
Ações de assessoria de imprensa	74%
Eventos	60%
Boletins eletrônicos	55%
Ações de <i>marketing</i> e publicidade	35%
Listas de correio eletrônico	29%
Outros	5%
Respondentes: 80	

Múltiplas respostas

Algumas outras atividades e rotinas dos associados ao mesmo tempo refletem e incentivam suas políticas de transparência. Ainda que seja de natureza administrativo-contábil, a realização de auditorias financeiras externas por 81% dos associados é parte importante dessas políticas.

A divulgação de balanço contábil ou relatório financeiro por 83% dos associados e de relatório de atividades por 78% deles é outro indicador importante de transparência.

Apesar de ser menor o número, 64% dos associados publicam balanços sociais, prática louvável.

Porém, poucos associados mantêm bibliotecas, centros de documentação, museu ou banco de imagens. A falta desses recursos pode comprometer a memória institucional e do ISP no País como um todo.

66

Impacto Os associados declaram um importante impacto que os projetos e as ações que desenvolvem e/ou apoiam causam sobre os beneficiários e sobre as instituições que são objeto de suas ações.

Para 93% dos associados respondentes, o efeito sobre os beneficiários dos projetos é Positivo ou Muito positivo, como mostra a tabela 40, abaixo.

Tabela 40. Impacto das atividades do associado sobre os beneficiários

	Fundações	Associações	Empresas	Total
Muito positivo	55%	32%	11%	36%
Positivo	45%	54%	72%	55%
Limitado	0%	7%	11%	5%
Muito pequeno	0%	4%	6%	3%
Incerto	0%	4%	0%	1%
Respondentes	29	28	18	75

Resposta única

A visão dos associados sobre suas ações é observada com mais cuidado quando se questiona o impacto da ação na área de atuação no País: 49% dos associados vê o impacto como Limitado ou Muito pequeno.

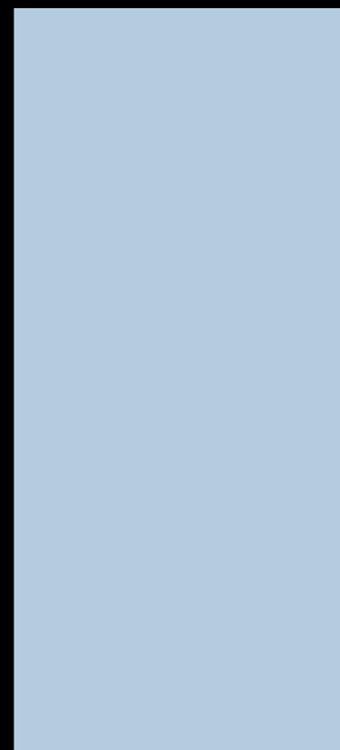
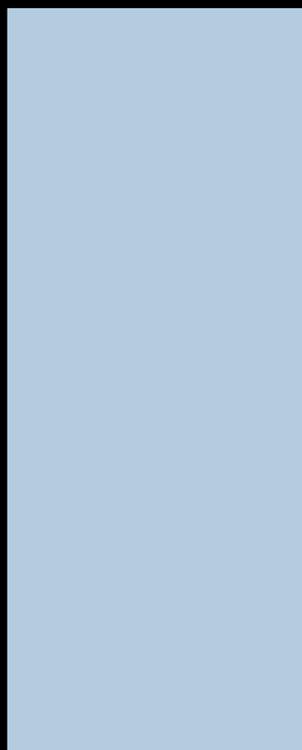
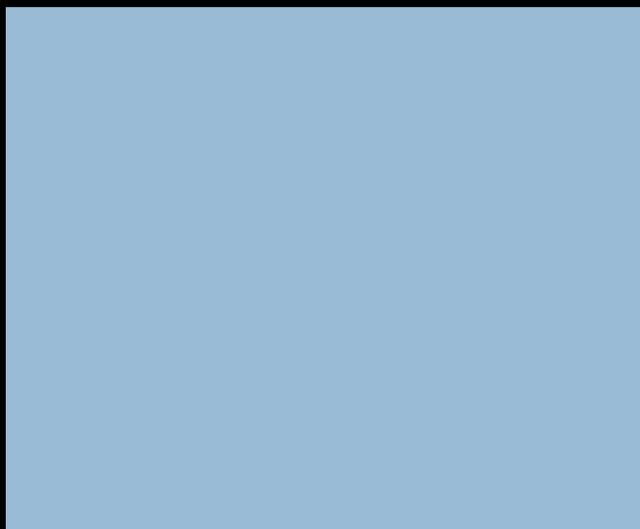
Tabela 41. Impacto das atividades do associado sobre a área de atuação no País

	Fundações	Associações	Empresas	Total
Muito positivo	10%	11%	0%	8%
Positivo	41%	36%	28%	36%
Limitado	28%	25%	39%	29%
Muito pequeno	17%	21%	22%	20%
Incerto	3%	7%	11%	7%
Respondentes	29	28	18	75

Resposta única

10. Considerações finais

do Censo a uma agenda de pesquisa do ISP



Um estudo como este Censo vale não só pelos dados e respostas que traz, mas também pelas novas perguntas que deixa. Para finalizar esta publicação, seguem algumas reflexões que apontam para novos caminhos a serem trilhados pelo GIFE e demais estudiosos, pesquisadores e gestores que se preocupam com o desenvolvimento do Investimento Social Privado e da área social como um todo.

Em primeiro lugar, seria interessante entender melhor de que forma as organizações associadas ao GIFE interagem e influenciam o campo do investimento social em geral. Se pouco passam de uma centena de organizações, a Rede GIFE – por reunir alguns dos maiores investidores do país – compõe um grupo que responde por cerca de 20% do montante total investido na área social pelo setor privado.

Os estudos disponíveis sobre o comportamento médio do setor privado na área (como o do IPEA) certamente demonstram diferenças grandes de comportamento, recursos disponíveis, áreas de atuação preferencial, motivação que leva à ação, entre outros aspectos, quando comparados ao perfil do associado ao GIFE. Ainda assim, cabe perguntar se a busca de resultados observáveis, o uso de técnicas de planejamento, acompanhamento e avaliação, o estabelecimento de parcerias que caracterizam boa parte da Rede GIFE são conceitos que se espriam país afora.

Não se quer com isso dizer que há apenas um tipo de investimento social “correto”, “efetivo”, que deva servir de modelo para toda e qualquer organização. No entanto, deve-se reconhecer a potencial influência que fundações, institutos e empresas associadas alcançam, tanto pela visibilidade de que dispõem como pela forte e numerosa teia de relacionamentos que estabelecem. Como fazer com que pequenas empresas, com atuação importante no âmbito local, incorporem princípios que levem a um maior profissionalismo e efetividade de suas ações, sem que com isso percam a paixão voluntária que caracteriza esse envolvimento?

Um dos possíveis caminhos apontados neste Censo foi a estratégia do foco. Como se viu, nem entre os associados há uma tendência clara – há quem trabalhe com um foco muito preciso, atuando em poucas áreas, e há quem atue em muitos campos. Há uma hipótese presente no setor – entre especialistas, consultores – de que um maior foco tem mais chances de se traduzir em um melhor desempenho organizacional.

O uso dos dados do Censo GIFE com outros estudos quantitativos e qualitativos permitiria avançar nesse sentido, bem como observar se a busca excessiva por foco não leva a um enrijecimento também excessivo. Essa situação, que por vezes leva a compartimentar artificialmente uma realidade necessariamente complexa, poderia dificultar a inovação e o atendimento a novas necessidades das comunidades atendidas.

Outra questão levantada pelo Censo diz respeito à estratégia de atuação, que pode ser traduzida na seguinte questão: Operar, financiar ou fazer os dois? A imagem “tradicional” do investidor social lhe atribui fortemente o dever de financiar a ação de comu-

nidades e ONGs, que teriam mais propriedade e legitimidade para desenvolver ações pelo bem comum. Como se viu, porém, há uma forte cultura no Brasil de envolvimento direto do investidor na área social, em projetos e estruturas próprios – ainda que, na maioria dos casos, em parceria com terceiros.

Essa maior tradição do investidor social em operar a financiar pode explicar um dos resultados de outro estudo realizado em 2007, os “Indicadores GIFE de Gestão do Investimento Social Privado”¹. Esta pesquisa, aplicada também com organizações associadas, indica que os executores têm melhor desempenho institucional do que os financiadores. Mesmo quando as organizações fazem ambas as estratégias, caso de 41% dos respondentes ao Censo, sua estrutura executora se sai melhor do que em sua parte financiadora.

No entanto, ainda há muito o que investigar, para avançar nessa questão. Uma das hipóteses vem justamente da combinação dos dois pontos anteriores – quem opera tem mais foco do que quem financia, como se viu na tabela 29 (p. 54). Uma provável explicação para isso é o fato de que montar uma estrutura inteira – pessoal, recursos, conhecimento – para cada área em que se atua pode ser demasiadamente caro para uma organização. Ainda assim, a investigação poderia analisar se há tal relação de causa e efeito – se é o fato das operadoras serem mais focadas o que explica seu melhor resultado institucional.

Reflexão igualmente importante e ainda por ser feita em maior profundidade se dá sobre o predomínio do perfil de investidor corporativo no Brasil. Novamente, pode ser interessante combinar com as questões anteriores – será que o fato de serem organizações de origem empresarial explica a maior tendência em executar seus próprios programas?

Além disso, há de se investigar que tipo de questões e de organizações da sociedade civil são atendidas pelo setor corporativo e que outros temas e entidades deixam de ser priorizados. O Censo chama a atenção para o baixo investimento em direitos humanos, por exemplo, e também para o fato de que critérios como gênero e etnia raramente são utilizados para orientar a atuação social. Outros tipos de investidores estariam mais bem habilitados a tratar de tais questões?

Se o investimento privado brasileiro é majoritariamente corporativo, existe a necessidade de se pesquisar ainda como o conceito e as práticas de investimento social se relacionam com outros movimentos correlatos, como o da Responsabilidade Social e o da Sustentabilidade. Esses movimentos deveriam ser ondas complementares? Como

1 Trata-se de um questionário em que institutos e fundações de origem privada associados ao GIFE podem aferir a eficiência de sua gestão ao analisar fatores como: composição de conselhos de governança, direção executiva, recursos humanos e financeiros, planejamento estratégico e ações de monitoramento e avaliação.

fazer com que possam fortalecer um ao outro, e não simplesmente concorrer pela atenção, recursos e energia disponíveis?

Além desses pontos e de muitos outros que o Censo levanta, há uma série de temas que não foram pesquisados em profundidade e que poderiam ser foco de estudos específicos. Apontam-se aqui apenas alguns dos muitos possíveis temas que formariam uma grande agenda de pesquisa na área:

- *Recursos humanos* – qual o perfil (formação, escolaridade, remuneração etc.) de quem trabalha na área? Que habilidades são esperadas de um gestor de investimento social? Qual a formação desejada para tanto?
- *Brasil como exportador de tecnologia social* – o Censo indica que alguns investidores vêm disseminando metodologias e práticas de ação social fora do país. Como se dá essa dinâmica? Quais são as características e inovações que favorecem essa exportação? Como é a relação entre matriz e filiais – tanto de empresas estrangeiras no Brasil como de brasileiras em outros países?
- *Grantmakers* brasileiras – ainda que sejam poucas, como visto anteriormente, elas existem: como funcionam atualmente as financiadoras brasileiras? Seria interessante atualizar o estudo realizado pelo GIFE e pelo Synergos em 2001² para ver como esse campo evoluiu.
- *Origem dos recursos do investidor* – um dado identificado aqui e que certamente merece atenção é a presença de investidores sociais que, para desenvolver suas ações, também captam recursos. Sabemos que 45% dos respondentes captam algum recurso, ainda que sejam poucas organizações em que essa proporção é significativa. Mais do que um dado, isso representa uma tendência? Deve aumentar? Como entender essa questão: Ela permite o acesso a mais recursos, e que não seriam disponibilizados de outra forma, ou traz um tipo de concorrência desleal de grandes organizações sobre outros atores do setor social?

Pesquisas como o Censo GIFE têm o potencial não só de servir como um espelho, registrando um momento histórico de dado setor, mas também como farol, iluminando direções e apontando estradas pouco trilhadas. No entanto, para cumprir bem ambos os papéis, depende-se fundamentalmente da qualidade dos dados levantados.

Nesse sentido, a coleta realizada com os associados reforçou a necessidade de se alcançar padrões e conceitos comuns em questões-chave, como impacto atingido,

2 FALCONER, A. P.; VILELA, R. *Recursos privados para fins públicos: as grantmakers brasileiras*. São Paulo: Editora Peirópolis e GIFE, 2001.

quantidade de beneficiados diretos e indiretos (tanto de organizações como de pessoas) e origem e aplicação dos recursos.

Esse último item ganha ainda mais relevância pela natureza do setor de Investimento Social Privado. É vital deixar mais claro quais recursos são investidos apenas nos projetos e quais sustentam a estrutura da organização; desenvolver métricas comuns para estimar doações de recursos, conhecimento e trabalho voluntário por parte dos mantenedores; explicitar que montante do valor total se utilizou de benefícios fiscais, entre outros pontos.

Tais questões, além de melhorar a qualidade dos dados e enriquecer o planejamento de cada organização, são de extrema importância na promoção da legitimidade do setor. O investidor, ao defender uma agenda de profissionalismo e transparência na área social, tem a responsabilidade de ser exemplo máximo de tais práticas.

Iniciativas como o Censo contribuem para que o GIFE avance em sua missão de aperfeiçoar e difundir conceitos e práticas do uso de recursos privados para o desenvolvimento do bem comum. Para que o Investimento Social Privado brasileiro siga melhorando em processos e impacto, reafirma-se aqui o empenho em aprofundar essas discussões e reflexões, sempre em parceria com associados e outros atores sociais e acadêmicos.

Os 116 associados à Rede GIFE em agosto de 2008 são:

3M do Brasil	Fundação Demócrito Rocha
Aces – Ação Comunitária do Espírito Santo	Fundação Educar DPaschoal
Amanco Brasil	Fundação Estudar
Associação Itakyra	Fundação Filantrópica Safra
Associação Sequóia Foundation	Fundação Ford
Banco Real	Fundação lochpe
Basf	Fundação Itaú Social
Braskem	Fundação José Silveira
Bridgestone Firestone do Brasil	Fundação Lemann
Carrefour	Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho
CCR – Companhia de Concessões Rodoviárias	Fundação Nestlé Brasil
Citigroup	Fundação O Boticário de Proteção à Natureza
Comgás – Companhia de Gás de São Paulo	Fundação Odebrecht
Ericsson Telecomunicações	Fundação Orsa
Fersol Indústria e Comércio	Fundação Otacílio Coser
Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança	Fundação Ponto Frio Alfredo João Monteverde
Fundação Acesita para o Desenvolvimento Social	Fundação Projeto Pescar
Fundação Alphaville	Fundação Roberto Marinho
Fundação Ana Lima	Fundação Romi
Fundação ArcelorMittal Brasil	Fundação Semear
Fundação Banco do Brasil	Fundação Telefônica
Fundação Bradesco	Fundação Tide Azevedo Setúbal
Fundação Bunge	Fundação Vale
Fundação Cargill	Fundação Victor Civita
Fundação Clemente Mariani	Fundação Volkswagen
Fundação CSN	Fundação W.K. Kellogg
	Fundación Avina
	Fundo Cristão para Crianças

Grupo abc
Grupo Brasilcred
Harald Indústria e Comércio de Alimentos
IBM Brasil
ICE – Instituto de Cidadania Empresarial
Instituto Algar
Instituto Amazônia Celular
Instituto Arcor Brasil
Instituto Avon
Instituto Ayrton Senna
Instituto Bovespa
Instituto C&A de Desenvolvimento Social
Instituto Camargo Corrêa
Instituto Coca-Cola Brasil
Instituto Consulado da Mulher
Instituto Criança é Vida
Instituto Cultural Oboé
Instituto Ecofuturo
Instituto Elektro
Instituto Embraer de Educação e Pesquisa
Instituto Estre
Instituto Eurofarma
Instituto Gerdau
Instituto Hedging-Griffo
Instituto Holcim
Instituto HSBC Solidariedade
Instituto ibi de Desenvolvimento Social
Instituto Itaú Cultural
Instituto Marquês de Salamanca
Instituto Medial Saúde
Instituto Nextel
Instituto O Boticário
Instituto Pão de Açúcar
Instituto Paulo Montenegro
Instituto Razão Social
Instituto Robert Bosch
Instituto Rogerio Steinberg
Instituto Ronald McDonald
Instituto Sabin
Instituto Sadia de Sustentabilidade
Instituto Sangari
Instituto Social Sotreq
Instituto Société Générale
Instituto Sol
Instituto Telemig Celular
Instituto Unibanco
Instituto Vivo
Instituto Votorantim
Instituto Wal-Mart
Ismart – Instituto Social Maria Telles
JPMorgan
Lojas Renner
Microsoft Informática
Natura
Oi Futuro
Philips do Brasil
Politec
Santander
SBIB – Hospital Albert Einstein
Serasa
United Way Brasil
Xerox do Brasil

Conheça também:



Disponíveis no site www.gife.org.br

