



Censo **GIFE** 11 > 12

11 > 12

---

PUBLICAÇÕES

---

GIFE





Censo **GIFE**





11 > 12

## 2013 | GIFE

Conselho de Governança – Gestão 2013-2015

**Beatriz Gerdau Johannpeter** [presidente] – Gerdau

**Ana Helena de Moraes Vicintin** – Instituto Votorantim; **Angela Dannemann** – Fundação Victor Civita; **Beatriz Azeredo** – TV Globo;

**Bernadette Coser** – Fundação Otacilio Coser; **Denis Mizne** – Fundação Lemann; **Guilherme Vidigal Andrade Gonçalves** – Fundação Maria Cecília Souto Vidigal; **Marcos Nisti** – Instituto Alana; **Paulo Castro** – Instituto C&A; **Renata de Camargo Nascimento** – Instituto de Cidadania Empresarial;

**Ricardo Henriques** – Instituto Unibanco

Conselho Fiscal – Gestão 2013-2015

**Arnaldo Rezende** – Fundação FEAC; **Cristiano Mello de Almeida** – Banco J.P Morgan; **Jefferson Romon** – Fundação Bradesco

Secretário-Geral

**Andre Degenszajn**

### Projeto Censo GIFE 2011-2012

Supervisão geral: **Andre Degenszajn**

Coordenação: **Pamela Ribeiro**

Colaboração: **Fernanda Furno e Rodrigo Zavala**

Parceiro técnico na pesquisa: **Ana Lima e Fernanda Cury (Instituto Paulo Montenegro)**

Parceiro técnico e redação: **Cristina Fedato e Monica Bose**

Revisão ortográfica e de estilo: **Elidia Novaes**

Projeto gráfico: **S,M&A Design | Samuel Ribeiro Jr.**

Impressão: **Pancrom Indústria Gráfica Ltda.**

Agradecimento (em ordem alfabética):

Agradecemos a todas as pessoas envolvidas no processo de construção do Censo GIFE 2011-2012.

**Adriana Norte, Ana Borges Pinho, Ana Carolina Velasco, André Ballesteros, Andre Cambauva Bogsan, Andrea Henriques, Anna Cynthia Oliveira, Aron Belinky, Cecilia Galvani, Ceres Garbado, Daniel Brandão, Douglas Oliveira, Eleno Gonçalves, Fernando Rossetti, Georgia Pessoa, Gláucia Barros, Isabel Santana, Janaina Jatobá, João Salvador Furtado, Laure Castelnaud, Leide Takahashi, Lucia Nader, Luciana Lanzoni, Madelene Barboza, Malu Nunes, Marcelo Furtado, Mariana Rico, Marisa Ohashi, Martina Rillo Otero, Melissa Porto Pimentel, Mônica Pinto, Muriel Asseraf, Naira Collaneri, Nathaly Fogaça, Patricia Mendonça, Patricia Mussi, Rafael Gioielli, Ricardo Henriques, Rogério Arns, Rosalina Maria Soares, Sérgio Mindlin, Vera Masagão, Victor Salviati, Walquíria Tiburcio, Ward Doumen, Yoeri Gabriel Callebaut**

Um agradecimento especial a Equipe GIFE, aos associados respondentes e aos participantes do evento de lançamento do Censo Online, em novembro de 2012

GIFE

Censo GIFE 2011- 2012 – São Paulo: GIFE, 2013.  
68 p.: il.

ISBN 978-85-88462-20-5

1. Investimento Social 2. Censo 3. GIFE

# Sumário

## Sumário executivo

<b>Apresentação</b>	<b>9</b>
Introdução	9
Metodologia	9
Realização	12
Patrocínio	13
<b>Perfil da Rede GIFE</b>	<b>15</b>
<b>Governança e Gestão</b>	<b>23</b>
Instâncias de Decisão e de Gestão	26
<b>Recursos Financeiros</b>	<b>29</b>
<b>Características do investimento social</b>	<b>35</b>
<b>Monitoramento e Comunicação</b>	<b>43</b>
Monitoramento e Avaliação	43
Comunicação	48
<b>Dossiê especial: meio ambiente</b>	<b>51</b>
Caracterização do investimento com foco em meio ambiente	51
<b>Tendências e a Visão ISP 2020</b>	<b>59</b>
A Visão ISP 2020	59
Eixo 1 – Relevância e Legitimidade	60
Eixo 2 – Abrangência	61
Eixo 3 – Diversidade de Investidores	63





## Sumário Executivo

O **Censo GIFE**, publicação bienal originada em 2001, consiste num levantamento quantitativo cujo universo de pesquisa é o grupo de associados do GIFE. Apresenta tendências e mudanças na prática dos maiores investidores sociais privados do país. Esta sexta edição contou com uma amostra de 100 respondentes, 2/3 dos quais também tinham participado da edição anterior. Foi desenvolvido um questionário específico sobre investimento em meio ambiente, e a base respondente para este dossiê foi de 33 associados – organizações que têm o meio ambiente como sua principal ou uma das principais áreas de atuação.

Duas inovações importantes foram desenvolvidas nesta edição. A primeira é a inserção de novas funcionalidades no Censo Online, ferramenta que compartilha os dados obtidos na pesquisa, disponibilizando-os ao acesso público. A segunda é a construção de um processo participativo de análise dos resultados, através de reuniões com especialistas e associados convidados, abordando temas como Governança, Meio Ambiente, Avaliação e Tendências.

A predominância de investidores sociais de origem empresarial, característica relevante da base associativa do GIFE, continua presente nesta edição do Censo, apesar do aumento na participação de investidores não empresariais. Tem-se verificado crescente representatividade de fundações e institutos familiares, independentes e comunitários (FIC) na Rede GIFE, resultado da progressiva participação de organizações de origem familiar e independente. Com um aporte anual da ordem de R\$ 2,2 bilhões, estes investidores continuam assegurando ao Brasil o compromisso de empresas, fundações e institutos com a melhoria da qualidade de vida de pessoas e comunidades, além da sustentabilidade ambiental do planeta. A maior parte dos associados assume a execução de projetos próprios, ainda que tenha, paralelamente, algumas frentes de apoio a projetos executados por terceiros.

Educação continua sendo o principal tema da Rede GIFE. Ela não apenas se mantém em primeiro lugar desde o primeiro Censo, como também apresenta um crescimento de 2% em relação a 2011. O número de organizações investindo em defesa de direitos cresceu, principalmente em razão do aumento no número de organizações empresariais envolvidas com esse tema. Comunicação, esportes e apoio à gestão no terceiro setor são áreas nas quais a frequência de investidores sociais também experimentou crescimento no período, ainda que menos significativo. De modo geral, a Rede GIFE mantém práticas de monitoramento do ISP. Todas as organizações que responderam ao Censo mantêm ao menos uma prática de avaliação, sendo o registro ou sistematização de informações a mais frequente. Ainda assim, o alinhamento conceitual das diversas práticas avaliativas ainda parece frágil.

Em 2010, o GIFE lançou a Visão ISP 2020, que aponta as principais tendências e expectativas para o investimento social até 2020. Construída pelo GIFE e sua rede de associados de forma participativa, a Visão espera

um setor de investimento social mais relevante e legítimo, com maior abrangência de temas, públicos, regiões e estratégias de investimento e mais diverso em atores. O Censo, como principal ferramenta de monitoramento da Visão, traz informações relevantes para avaliar os avanços e as áreas que necessitam de maior atenção.



## Apresentação

### Introdução

**C**riado em 2001, o Censo GIFE, publicação bienal do GIFE, é a principal referência brasileira sobre ações de investimento social.

Em sua sexta edição, desenvolvida com o apoio técnico do Instituto Paulo Montenegro e IBOPE CONECTA, e com patrocínio do Banco Bradesco, o Censo apresenta tendências e mudanças na prática dos maiores investidores sociais do país, que geram impactos diretos no volume de recursos e na qualidade da ação no setor social como um todo.

Cada edição traz um dossiê temático específico, com o intuito de aprofundar o conhecimento sobre a atuação da rede em uma área e apoiar a atuação de institutos e fundações. Para esta edição, o tema estudado em maior profundidade foi o investimento em meio ambiente.

A Visão ISP 2020, construída pelo GIFE e sua rede de associados de forma participativa em 2010, aponta as tendências e constrói um cenário para o setor de investimento social até 2020. O Censo, como principal ferramenta de monitoramento da Visão, traz informações relevantes para avaliar os avanços e as áreas que necessitam de maior atenção.

Após um breve capítulo sobre a metodologia de pesquisa utilizada neste Censo, os resultados serão apresentados dentro dos seguintes tópicos: Perfil da Rede; Governança e Gestão; Recursos Financeiros; Características do Investimento Social; Monitoramento e Comunicação; Investimento em meio ambiente. Por fim, será apresentado um último item com a análise de tendências do investimento social, considerando os eixos da Visão ISP 2020.

### Metodologia

**O Censo é uma pesquisa** quantitativa, autodeclaratória, desenvolvida com apoio técnico do Instituto Paulo Montenegro e do IBOPE CONECTA, sendo que a presente edição inovou no método de coleta de dados: anteriormente realizada através de entrevista telefônica, agora adotou uma ferramenta de coleta online do IBOPE. Verificou-se que o novo método acelera e qualifica a checagem dos dados. Trata-se de uma pesquisa de abrangência nacional, cujo universo investigado é o grupo de associados do GIFE, composto por três tipos de organizações:

- Fundações e institutos empresariais – FIEs;
- Fundações e associações familiares, independentes e comunitárias – FICs; e
- Empresas.

Na ocasião de realização do Censo GIFE 2011-2012, o GIFE contava com um total de 143 associados, e o levantamento obteve 100 respostas, o que corresponde a uma taxa de retorno de 70%.

O questionário foi estruturado pelo Instituto Paulo Montenegro (IPM) e pelo GIFE com base na experiência das versões anteriores e nas novas demandas surgidas a partir de mudanças no contexto do investimento social no Brasil.

Da amostra de 100 respondentes, 2/3 também haviam participado da edição anterior do Censo. A amostra tem mudado ao longo das edições da pesquisa, uma vez que o universo de associados também varia. Por isso, tem sido dada atenção especial à comparação dos resultados com aqueles de edições anteriores.

A diversidade de associados aumenta como reflexo natural da evolução do investimento social e da estratégia do GIFE de diversificação de sua rede. Na análise de como tem evoluído a composição da amostra, constatou-se que vem aumentando a base de investidores não-empresariais.

Os resultados aqui apresentados se restringem à amostra de respondentes e não são generalizáveis. Entretanto, do ponto de vista do volume de recursos, a amostra representa um conjunto expressivo de investidores privados no Brasil.

Foi desenvolvido um questionário específico sobre investimento em meio ambiente, e a base respondente considerada para a análise deste dossiê é de 33 associados – organizações que têm o meio ambiente como uma área de atuação relevante. Apesar de outras três organizações que coordenam a atuação de sua mantenedora em meio ambiente terem respondido o questionário específico, para a análise contida nesta publicação consideraram-se apenas as 33 que atuam diretamente na área. Os demais respondentes do Censo não atuam em meio ambiente ou atuam apenas esporadicamente. Por isso não responderam o questionário específico. Como a resposta não era obrigatória, a base respondente foi diferente em cada questão.

Duas inovações importantes foram introduzidas no processo de apresentação e análise dos resultados desta edição: a primeira delas foi a inserção de novas funcionalidades ao Censo Online, que, além de permitir consulta direta às informações obtidas no último levantamento, possibilita o cruzamento de alguns dados e a comparação com dados de edições anteriores.

O Censo Online pretende contribuir para a ampliação do conhecimento sobre o investimento social no Brasil, disponibilizando ao público informações confiáveis sobre a atuação da Rede GIFE.

Desta forma, a presente publicação busca reunir e analisar os principais achados deste Censo. Caso o leitor queira aprofundar a análise ou identificar informações específicas, o Censo Online possibilita o acesso a mais informações para consulta individual. Acesse o Censo Online no endereço *censo.gife.org.br*.

A segunda inovação significativa foi a construção de um importante processo participativo para análise dos resultados. O GIFE identificou quatro temas pertinentes e, para discuti-los, organizou reuniões para análise de resultados e captura de percepções. Para esses encontros foram convidados especialistas nos temas, representantes de associados e outros stakeholders relevantes. As reuniões ocorreram nos meses de fevereiro e março de 2013 e a lista de participantes figura entre os anexos desta publicação. Foram encontros para discussão dos resultados sobre Governança, Meio Ambiente, Avaliação e Tendências, além de uma discussão aberta com associados, na ocasião do lançamento do Censo Online, em novembro de 2012.

## Realização

**O GIFE é uma rede** sem fins lucrativos que reúne organizações de origem empresarial, familiar, independente e comunitária, com investimentos em projetos com finalidade pública. Sua missão é aperfeiçoar e difundir conceitos e práticas desses recursos, contribuindo para a promoção do desenvolvimento sustentável do Brasil. Nascido como grupo informal em 1989, foi instituído como Grupo de Institutos, Fundações e Empresas em 1995 por 25 organizações e hoje reúne 135 investidores sociais.

Para promover sua missão, o GIFE trabalha articulando organizações e produzindo conhecimento sobre investimento social, sendo o Censo GIFE seu principal produto de conhecimento e a principal pesquisa sobre o investimento social brasileiro. Boas decisões dependem de boas informações. Os cenários e tendências construídos pela pesquisa apoiam o planejamento e direcionamento de muitas organizações.

Além de disponibilizar os dados na plataforma do Censo Online para livre consulta, o GIFE publica interpretações e análises feitas a partir dos dados obtidos, contribuindo para a ampliação de informações disponíveis sobre investimento social no Brasil, fundamental para o crescimento e desenvolvimento do setor.

A importância que o Censo tem como ferramenta de monitoramento do investimento social motiva o GIFE e seus parceiros a realizar esse trabalho desde 2001.

Mais informações sobre o GIFE: [www.gife.org.br](http://www.gife.org.br).

## Patrocínio

**O Bradesco acredita** que, ao patrocinar o Censo GIFE 2011-2012, colaborou para a realização de uma das mais importantes pesquisas sobre investimento social no País, que tem como objetivo apontar as tendências e formas de atuação das organizações neste segmento.

A parceria do Bradesco com o GIFE para a realização da pesquisa reafirma o comprometimento da Organização com o desenvolvimento econômico e social do Brasil. Os resultados desta pesquisa são, com certeza, proveitosos para as corporações, governos e toda a sociedade para um melhor entendimento e direcionamento das ações em relação ao ISP. O Banco sabe também que a pesquisa, realizada com 100 organizações associadas ao GIFE, é uma radiografia do investimento social no País.

O Bradesco é, de longa data, um grande investidor em ações de responsabilidade social. Criou, há 56 anos, a Fundação Bradesco, um dos maiores programas privados de ensino gratuito do Brasil. Sempre atenta aos desafios da educação no presente, a Instituição tem buscado superar seu posicionamento de referência nas regiões onde atua, antecipando tendências, inovando e diversificando suas modalidades de atuação educacional. Possui 40 escolas em todos os estados brasileiros, que, anualmente, oferecem ensino básico gratuito a mais de 110 mil alunos.



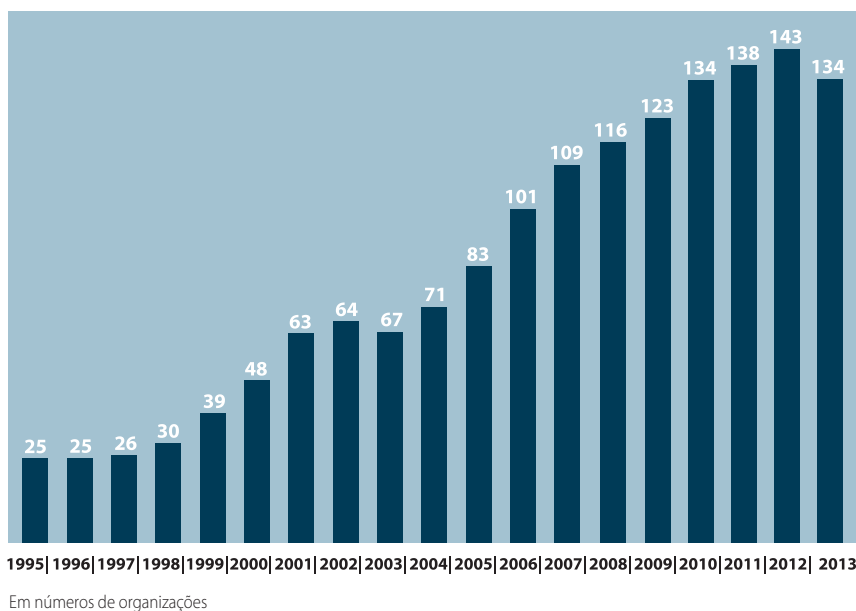




## Perfil da Rede GIFE

A **Rede GIFE**, que congrega os principais investidores sociais privados do Brasil, continua se expandindo e se fortalecendo. Em 2012, o número de associados chegou a um total de 143, com dos quais responderam ao Censo. Esses associados investiram R\$ 2,2 bilhões em 2011, em projetos e ações caracterizados pela diversidade, seja na escolha da área temática, seja na forma de realização e de gestão das iniciativas, como este Censo revela.

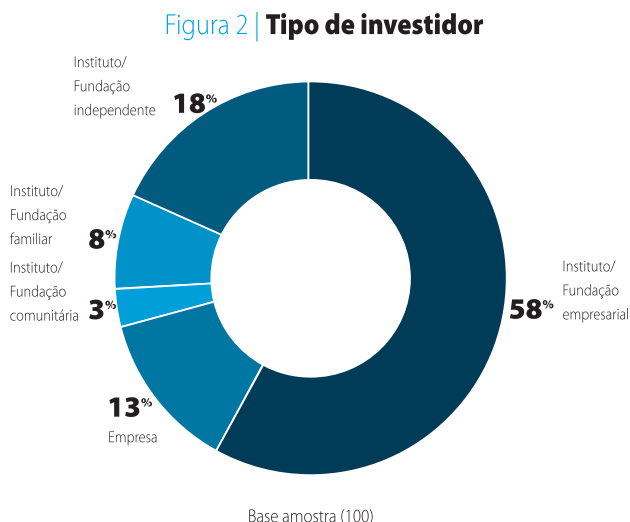
Figura 1 | **Evolução da base associativa**



O grupo de investidores sociais de origem corporativa continua predominante desde a última edição do Censo, embora tenha sido observada uma queda em sua representatividade no conjunto de respondentes. Participaram do Censo 2011-2012: treze empresas e 58 associações ou fundações empresariais, totalizando 71 investidores de origem corporativa ante 88 que haviam composto o Censo 2009-2010. As FICs – fundações e associações familiares, independentes e comunitárias – tiveram grande crescimento nesta amostra de investidores sociais: de catorze respondentes no Censo 2009-2010, chegaram a 29 no Censo 2011-2012.

O aumento da representatividade de FICs no Censo GIFE é resultado do aumento na participação de fundações familiares e fundações independentes (vide definições no Quadro 1). Em 2010, três fundações familiares e oito fundações independentes haviam respondido ao Censo; em 2012, essa participação cresceu para oito e dezoito respectivamente. Por outro lado, constatou-se uma significativa redução na quantidade de empresas

participantes do Censo 2011-2012. Em 2010, participaram apenas 25 empresas e, em 2012, apenas treze. A mudança no perfil da rede, com menor presença de empresas, sinaliza uma tendência do setor brasileiro de investimento social à constituição de fundações e institutos como via preferencial para atuação na área social. O crescimento de FICs, principalmente de independentes, revela, por sua vez, o aumento da participação de fundações e institutos com maior autonomia financeira e gerencial no setor.



Dentre as treze empresas que responderam ao Censo, a maioria (69%) tem mais de 40 anos de existência, e não há empresas constituídas há menos de 20 anos, indicando que o investimento social e a participação na Rede GIFE têm relação com a maturidade da empresa. Diferentes das empresas, as associações e fundações vinculadas ao GIFE são jovens. A maioria (70%) não existe há mais de 20 anos – isso se explica, principalmente, pela história do setor. O conceito de investimento social e o próprio GIFE surgiram no início da década de 90, apesar de a existência de fundações no Brasil ser muito anterior a isso. Mas foi a partir desse período que o setor ganhou corpo e cresceu.

Em sua maioria (83%), as fundações empresariais têm até 30 anos de existência, com predominância daquelas criadas nos últimos 10 anos (47%), o que revela um perfil mais jovem para este tipo de investidor. Dentre as FICs, 76% também têm até 30 anos, mas 21% delas existem há mais de 40 anos, indicando que o crescimento da participação deste tipo de investidor da Rede GIFE se dá entre organizações mais jovens e também entre as mais tradicionais.

A predominância de organizações mais jovens também é observada na publicação “As Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil<sup>1</sup>” (IBGE, 2012). Dentre as 290.692 organizações que compõem o universo daquele estudo, 87,3% foram criadas nos últimos 30 anos e 40,8% nasceram apenas na década de 2000.

<sup>1</sup> IBGE. As Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

Figura 3 | Idade por tipo de investidor

	FIC	FIE	Empresa	Total
Até 10 anos	38%	47%		38%
11 a 20 anos	31%	24%		23%
21 a 30 anos	7%	12%	8%	10%
31 a 40 anos	3%	3%	8%	4%
41 a 50 anos	14%	7%	23%	11%
51 anos ou +	7%	7%	46%	12%
Não Informou			12%	5%
Base amostra	29	58	13	100

Base amostra (100)

 Quadro 1 | Definições sobre FIEs e FICs <sup>2</sup>
**Institutos e Fundações Empresariais**

São organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas por uma empresa ou seus acionistas. São geridas por pessoas ligadas à empresa que as mantém.

**Institutos e Fundações Familiares**

São organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas por uma família e geridas por seus membros. Não apresentam vínculos de governança ou gestão com a empresa, mesmo que esta seja uma empresa familiar.

**Institutos e Fundações Independentes**

São organizações sem fins lucrativos, mantidas geralmente por mais de uma organização ou indivíduo. Sua gestão é independente de seus mantenedores.

**Institutos e Fundações Comunitários**

São organizações sem fins lucrativos que reúnem recursos de uma ou mais organizações ou indivíduos, gerando um fundo usado para investimentos em determinada comunidade. Atuam em uma comunidade ou localidade e são geridas por pessoas que se identificam como pertencentes àquela comunidade.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Fonte: Questionário Censo GIFE 2011-2012

<sup>3</sup> FIEs (Fundações e institutos empresariais); FICs (Fundações e associações familiares, independentes e comunitárias).

O perfil das mantenedoras e empresas associadas tem se mantido inalterado nos Censos realizados: há predominância do capital controlador de origem nacional, sobretudo nas FIEs, com 72% de frequência neste Censo. Em 62% das empresas respondentes, o capital controlador é de origem nacional. O investimento feito por quatro dos cinco associados detentores dos maiores orçamentos anuais, ou seja, superiores a R\$ 100 milhões, também tem origem nacional.

Figura 4 | Origem do capital controlador

	Total	FIE	Empresa
Nacional	70%	72%	62%
Estrangeira	23%	17%	38%
Ambas	3%	3%	0%
O associado não tem mantenedora(s)	3%	3%	0%
Não informou	1%	2%	0%
Base amostra	71	58	13

Base amostra (71)

A maior parte dos institutos e fundações busca certificações para usufruir de benefícios fiscais e ter facilitado o acesso a parcerias e a recursos. Dentre as 87 FIEs e FICs respondentes, 73 têm títulos, registros ou certificados formais, sendo que 36 têm apenas um, 25 têm mais de três. A qualificação como OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) continua sendo a mais frequente, obtida por 44% dos respondentes. E 38% das fundações contam com o título de Utilidade Pública Federal.

A certificação como OSCIP é a mais utilizada pelas fundações empresariais, com 50% de frequência. Entre as associações e fundações independentes, mais frequente é o título de Utilidade Pública Federal, obtido por 41% destas organizações. Em geral, as FICs detêm títulos, registros e certificações com frequência superior à observada entre as FIEs.

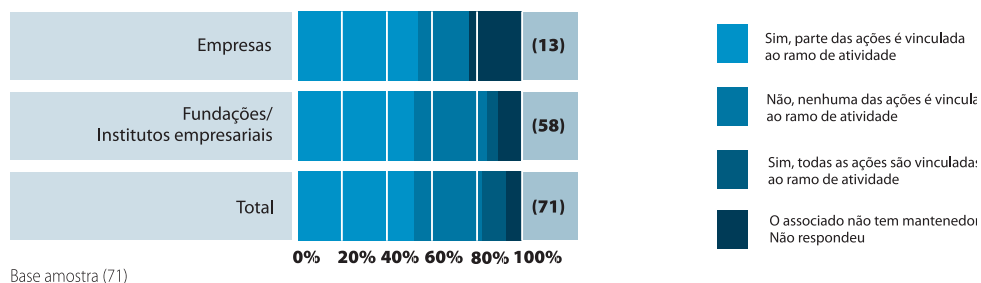
Figura 5 | Títulos, registros e certificados

	Total	FIEs	FICs
OSCIP	44%	50%	31%
Utilidade Pública Federal	5%	36%*	41%
Utilidade Pública Municipal	29%	24%	38%
Registro no Conselho de Assistência Social Municipal	28%	26%	31%
Registro no Conselho da Criança e do Adolescente	22%	19%	28%
Utilidade Pública Estadual	11%	10%	14%
CEBAS Certificado de Entidade Beneficiária de Assistência Social	18%	16%	24%
Registro no Conselho de Assistência Social Federal	8%	5%	14%
OS Organização Social	0%	0%	3%
Nenhum destes	16%	10%	28%
Base amostra	87	58	29

Base amostra (87)

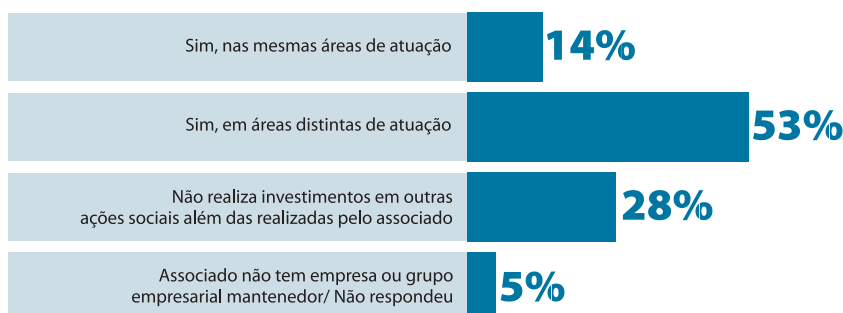
O alinhamento do investimento social com a estratégia de negócios é mantido pela maior parte das empresas e FIEs que participaram do Censo. 68% destes associados informam ter suas ações ligadas ao ramo de atividade da empresa ou da mantenedora. Na maior parte dos casos, esta vinculação é apenas parcial, denotando a coexistência de diferentes direcionamentos para o ISP: a organização pode atuar em áreas distintas, como saúde e desenvolvimento comunitário, por exemplo, sendo apenas esta última a área diretamente relacionada ao seu negócio, como no caso de mineradoras. O vínculo do investimento social com a estratégia de negócios é mais frequente entre as empresas: abrange todas as ações sociais, culturais e ambientais de 23,1% das empresas ante 9,1% das FIEs. Estas, por sua vez, não têm qualquer ação vinculada ao negócio da mantenedora em 36,4% dos casos, reforçando indícios de que parte significativa das fundações e institutos caracteriza-se por elevada autonomia de ação no relacionamento com suas mantenedoras.

Figura 6 | Alinhamento ao negócio



Como já observado nos Censos anteriores, o investimento social corporativo não é feito exclusivamente por meio das fundações ou institutos. Mais da metade das empresas mantenedoras (67%) realiza investimentos em ações sociais que vão além daquelas executadas pelos associados. E, em muitos casos (53%), tais ações acontecem em áreas distintas daquelas onde o associado atua. Ou seja, embora as empresas que têm seus próprios institutos e fundações também realizem ações de investimento social diretamente, estas são descoladas das estratégias e das áreas cujo *know-how* é detido pelo associado. É muito provável que sejam ações que visam mobilizar diretamente os funcionários, como campanhas educativas e de arrecadação ou programas de voluntariado.

Figura 7 | Investimento social da mantenedora



Base amostra (58)

Dentre as **fundações e associações de origem empresarial**, quase **70%** têm empresas **mantenedoras** com seu **próprio investimento social**, além daquele realizado pelo associado

**46% das empresas associadas** relatam a existência de **ações executadas fora da área responsável** pela coordenação da atuação social

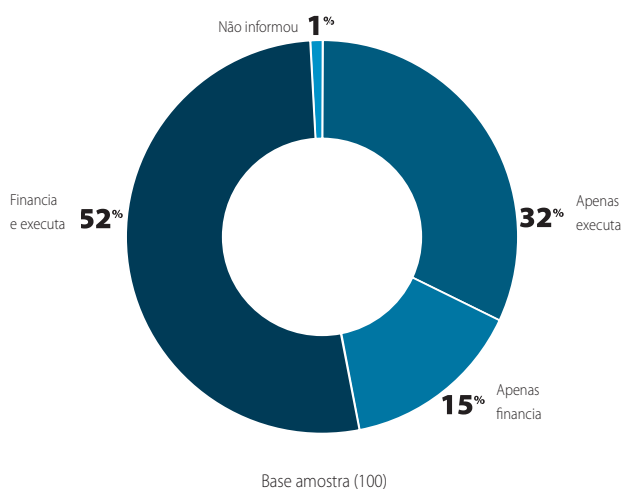
Pouco mais da metade dos respondentes possui mantenedoras que têm seu próprio **investimento social em áreas diferentes das priorizadas** pelo associado

**Apenas 14%** têm mantenedoras que investem nas **mesmas áreas priorizadas** pelo associado

Quase 1/3 das fundações e associações empresariais têm mantenedoras que **não possuem investimento social** além do realizado pelo associado

A execução direta dos projetos sociais é via preferencial para a realização do investimento social. A maior parte dos associados que responderam ao Censo executa projetos próprios, sendo que 32% adotam apenas esta estratégia de atuação. Mas as parcerias também são valorizadas por estes investidores. Dentre as empresas e fundações, 67% atuam como financiadoras, apoiando com recursos financeiros e/ou técnicos os projetos e programas de terceiros, por meio de doação ou patrocínio pontual e eventual. Apesar de ser prática frequente, apenas 15% do total de associados tem como estratégia o investimento exclusivo em projetos realizados por terceiros.

Figura 8 | Forma de atuação



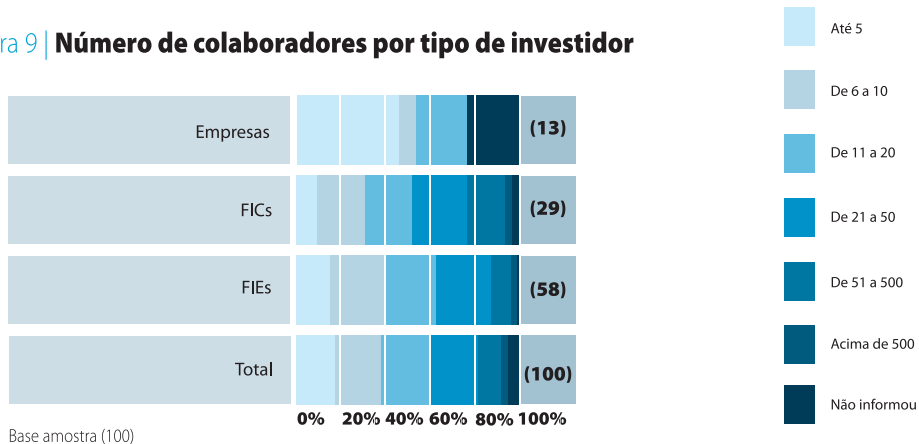
As empresas associadas frequentemente mantêm equipes com número reduzido de colaboradores. Em seis das treze empresas respondentes, as equipes dedicadas exclusivamente às ações de investimento social são compostas por uma a cinco pessoas. Estas configurações podem ser entendidas como reflexo da institucionalização de ações no âmbito de estratégias de sustentabilidade: ou seja, com responsabilidades sociais – sobretudo ambientais – mais diluídas nos diversos departamentos envolvidos com a operação nas empresas, as equipes dedicadas ao investimento social mantêm foco em projetos de cunho estritamente voluntário ou em ações de apoio às áreas de negócios.

As FICs e FIEs tendem a ser mais heterogêneas na composição de seus quadros, com equipes que se concentram, predominantemente, em faixas entre 6 e 50 pessoas. É muito provável que esse comportamento ocorra por influência do papel que desempenham na execução e/ou no financiamento dos projetos socioambientais, os quais são, propriamente, a atividade-fim destas organizações.

A maior parte dos institutos e fundações empresariais (55%) conta com colaboradores remunerados cedidos pela empresa mantenedora, e estes se limitam a cinco na maior parte dos casos (60%).

Organizações que apenas financiam projetos de terceiros têm, em geral, um quadro de funcionários menor que as organizações que apenas executam diretamente seus projetos e aquelas que fazem ambos. Quase um terço das que apenas financiam têm até 5 colaboradores dedicados exclusivamente ao investimento social. Esse resultado é esperado, considerando que as organizações que apenas doam recursos não possuem seus próprios projetos ou programas, e que estes costumam exigir dedicação de um número maior de pessoas.

Figura 9 | Número de colaboradores por tipo de investidor



A remuneração variável é aplicada pela maioria das empresas (69%). Essa prática é adotada por metade das associações e fundações empresariais, sendo que 80% delas seguem política da mantenedora, provavelmente influenciadas por sua cultura. Dentre as FICs, apenas 27% utilizam formas variáveis de remuneração. Essa baixa frequência pode ser atribuída a características culturais do campo da gestão social, como a valorização da distribuição igualitária de recursos e a priorização do reinvestimento de riquezas, combinadas a uma regulação pouco clara sobre a temática no setor.

**Figura 10 | Prática de remuneração variável por tipo de investidor**

	Total	FIEs	FICs	Empresa
Prática remuneração variável, seguindo política da mantenedora	24%	40%	3%	0%
Prática remuneração variável, seguindo política do próprio associado	22%	10%	24%	69%
Não pratica remuneração variável	53%	50%	69%	31%
Não informou	1%	0%	3%	0%
Base amostra	100	58	29	13

Base amostra (100)

A PLR, ou Participação nos Lucros e Resultados, é a forma de remuneração variável concedida por todas as nove empresas que responderam a esta questão. Dentre as FIEs que adotam formas variáveis de remuneração, PLR e bonificações são um recurso frequente, adotado por 60% delas. As bonificações são menos frequentes entre as FICs, praticadas em 22% dos casos. Indicadores gerais da organização e metas individuais são os critérios mais frequentemente utilizados para balizar o pagamento da remuneração variável.

**Figura 11 | Formas praticadas de remuneração variável**

	Total	FIE	FIC	Empresa
PLR Participação nos lucros e resultados	60%	59%	67%	100%
Bonificação/Gratificação	51%	55%	22%	22%
Outros	13%	10%	22%	11%
Base amostra	47	29	9	9

Base amostra (47)



## Governança e Gestão

**A** diversidade que caracteriza a Rede GIFE, fortalecida pelo crescimento no número de associados com perfis diversos, se confirma na estruturação da governança. Essa diversidade vai se refletir nas possibilidades e nas limitações ao uso de boas práticas de governança.

De acordo com o “Guia das Melhores Práticas de Governança para Fundações e Institutos Empresariais”<sup>4</sup> (IBGC e GIFE, 2009, p.44), “é recomendável que o Conselho da organização tenha conselheiros independentes”, cuja quantidade será variável em função das características de cada organização. São considerados independentes os conselheiros sem vínculo atual ou recente com a associação ou fundação, com a mantenedora ou com seus funcionários.

A participação de conselheiros que não tenham qualquer interesse na associação ou fundação tem inúmeros benefícios, pois são pessoas com o papel de contribuir para a visão estratégica, os interesses públicos para além dos interesses privados, e a missão social da organização. Eles agregam um tipo de conhecimento que pode redirecionar ou, ao menos, influenciar as ações da associação ou fundação, além de desempenharem papel formativo.

Estruturas de governança que contemplam conselheiros independentes podem assegurar maior autonomia para fundações e institutos empresariais, além de ganhos em qualidade. Essa autonomia é fundamental para que a empresa reconheça a importância do instituto ou fundação na gestão do seu negócio. É importante ressaltar que tal independência não significa, necessariamente, descolamento da empresa. Ela apenas assegura que a fundação ou instituto não trabalhe em função do negócio da empresa, mas alinhado a ele, agregando um conhecimento que a empresa pode não ter.

Esta prática, recomendada pelo “Guia das Melhores Práticas de Governança para Fundações e Institutos Empresariais” (IBGC e GIFE, 2009), não é plenamente observada pelas 87 associações e fundações que responderam ao Censo. O Censo 2010-2012 revelou que apenas 40% dos associados GIFE têm seu conselho de governança constituído tanto por membros independentes quanto por outros com algum tipo de vínculo, atual ou recente, com a fundação ou com seu mantenedor, seja ele uma empresa ou uma família. Alguns associados buscam assegurar que a composição do conselho seja feita apenas por conselheiros independentes – isso ocorre em 14% dos casos.

Ao contrário do esperado, um alto percentual de associados mantém conselhos compostos exclusivamente por pessoas que estão ou já foram vinculadas à fundação ou ao mantenedor: 39%. Tal característica

**70%** dos Conselhos de Governança se reúnem de 1 a 4 vezes por ano.

**19%** dos Associados têm Conselho Consultivo.

<sup>4</sup> IBGC e GIFE. Guia das Melhores Práticas de Governança para Fundações e Institutos Empresariais. São Paulo: IBGC, 2009.

é ainda mais frequente em associações e fundações empresariais, estando presente em 53% delas. Por outro lado, entre as associações e fundações familiares, independentes e comunitárias, apenas 10% não dispõem de conselheiros independentes em sua estrutura de governança. Além de optar com frequência por conselhos mistos, compostos por membros vinculados à organização e independentes, muitas destas associações e fundações privilegiam conselhos totalmente independentes, o que ocorre em 34% dos casos.

Figura 12 | **Composição do conselho de governança**

	Total	FIC	FIE
Apenas independentes	14%	34%*	3%
Apenas internos e externos	39%	10%	53%
Internos, externos e independentes	40%	45%	38%
Não tem conselho	7%	10%	58%
Base amostra	87	29	58

Base amostra (87)

As organizações que executam projetos próprios costumam ter conselhos formados por pessoas com algum tipo de vínculo, atual ou recente, com a fundação ou com seu mantenedor. Isso se verificou em 43% dos associados que apenas executam projetos e em 47% dos que executam e financiam. São, portanto, menos independentes, o que indica uma tendência de que essas organizações se apoiem na própria estrutura de conhecimento. As organizações que apenas financiam projetos, por outro lado, mantêm estruturas de governança compostas, total ou parcialmente, por conselheiros independentes (27% e 36%, respectivamente). São organizações que parecem valorizar e considerar conhecimentos e competências externos na execução de seu investimento social.

Figura 13 | **Composição do conselho de governança por forma de atuação**

	Apenas executa	Apenas financia	Executa e financia
Apenas independentes	17%	27%	9%
Apenas vinculados à fundação e mantenedora	43%	27%	47%
Vinculados à Fundação ou à mantenedora e independentes	3%	36%	38%
Não tem conselho	7%	9%	4%
Não informou	0%	0%	2%
Base amostra	30	11	45

Base amostra (86)

O Censo buscou captar a frequência com que associações e fundações têm conselhos fiscais formalmente constituídos. Apenas 13% dos associados participantes do Censo afirmaram não ter um conselho fiscal formalizado, e 2% não responderam a esta questão. Já 60% das organizações respondentes têm conselho fiscal formalizado e, em 25% das organizações, este conselho se reúne, no mínimo, a cada três meses.

A existência de um conselho fiscal formalizado é condição necessária, mas não suficiente, para que essa instância seja efetiva no sentido de assegurar uma boa gestão do patrimônio e dos recursos investidos na associação ou fundação. A frequência das reuniões busca garantir que os conselheiros tenham acesso a informações e possam emitir pareceres e aprovar os demonstrativos financeiros, garantindo a qualidade da gestão. Esse papel é de fundamental importância para a prestação de contas junto ao conselho de governança da organização, assim como junto ao quadro de associados, por ocasião das Assembleias anuais.

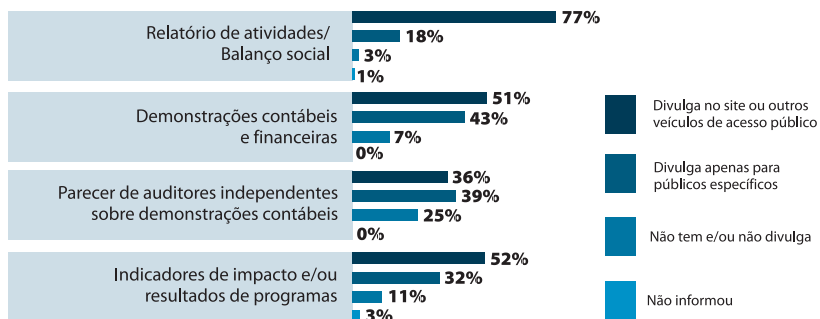
Aproximadamente 90% das associações e fundações afirmam divulgar relatórios de atividades ou balanços sociais, demonstrações contábeis e financeiras, indicadores de impacto e/ou resultados de programas. Apenas 3% das organizações que responderam ao Censo afirmam não publicar ou não ter nenhum tipo de relatório de atividades ou de balanço social, que são as formas de divulgação mais usuais. Entretanto, a grande maioria das associações e fundações (77%) publica apenas os relatórios de atividades ou balanços sociais em meios acessíveis ao público em geral.

A divulgação de informações, seja de atividades, resultados ou demonstrações financeiras, tende a ser restrita a alguns públicos de interesse das organizações. Apenas metade das associações e fundações divulga demonstrações contábeis e financeiras, e indicadores de impacto e/ou resultados de programas em veículos de acesso público.

A divulgação de pareceres de auditores independentes sobre demonstrações contábeis é ainda menos frequente. Apenas 36% das organizações respondentes publicam estes pareceres em meios de acesso público e 39% limitam o acesso a públicos específicos. Um quarto das associações e fundações afirma não ter ou não divulgar os pareceres de auditores independentes. Isso indica as muitas oportunidades para melhorar a transparência das organizações na prestação de contas de suas atividades junto à sociedade.

Ter boas demonstrações financeiras e contábeis, preferencialmente avaliadas por auditores independentes, confere à organização segurança na gestão de recursos. A ampla divulgação destas informações é uma forma de garantir que qualquer interessado tenha acesso a informações confiáveis e com alto grau de comparabilidade entre diferentes fundações.

Figura 14 | **Transparência na divulgação de informações**



Base amostra (87)

### Transparência na divulgação de informações por tipo de associado

**Relatório de atividades** ou **balanço social** é divulgado no site ou em outros veículos de acesso público por **76%** das **FICs** e **78%** das **FIEs**.

O acesso a **demonstrações contábeis e financeiras** é mais restrito: **45%** das **FICs** e **41%** das **FIEs** as divulgam apenas para públicos específicos.

31% das **FIEs** e 14% das **FICs** não têm ou não divulgam pareceres de auditores independentes sobre demonstrações contábeis.

86% das **FICs** divulgam **pareceres de auditores independentes sobre demonstrações contábeis**, mas quase metade (48%) o faz **apenas para públicos específicos**. Entre as **FIEs**, este percentual é de 34%.

Dentre as **FIEs**, **45%** divulgam **indicadores de impacto e/ou resultados de programas em veículos de acesso público**, enquanto outros 45% fazem essa comunicação com foco em públicos específicos. 9% reportaram não ter ou não divulgar estas informações.

66% das **FICs** afirmam divulgar indicadores de impacto e/ou resultados de programas em veículos de acesso público. Mas **17% das FICs não têm ou não divulgam estes indicadores**.

## Instâncias de Decisão e de Gestão<sup>5</sup>

**Na grande maioria das empresas** (77%), a execução das ações de investimento social fica a cargo da área de responsabilidade social ou de sustentabilidade, ainda que compartilhada com outras instâncias diversas.

A área que coordena a atuação social nas empresas se reporta ao CEO ou Diretor-presidente (38%), ou a algum tipo de comitê interdepartamental (23%). Uma novidade nos dados aferidos neste Censo é a frequência com que a atuação social está subordinada a um comitê interdepartamental com foco em temas de investimento social e sustentabilidade. Este tipo de comitê figura como a segunda área de reporte mais frequente em 2012, posto ocupado, em 2010, pela área de Gestão de Pessoas.

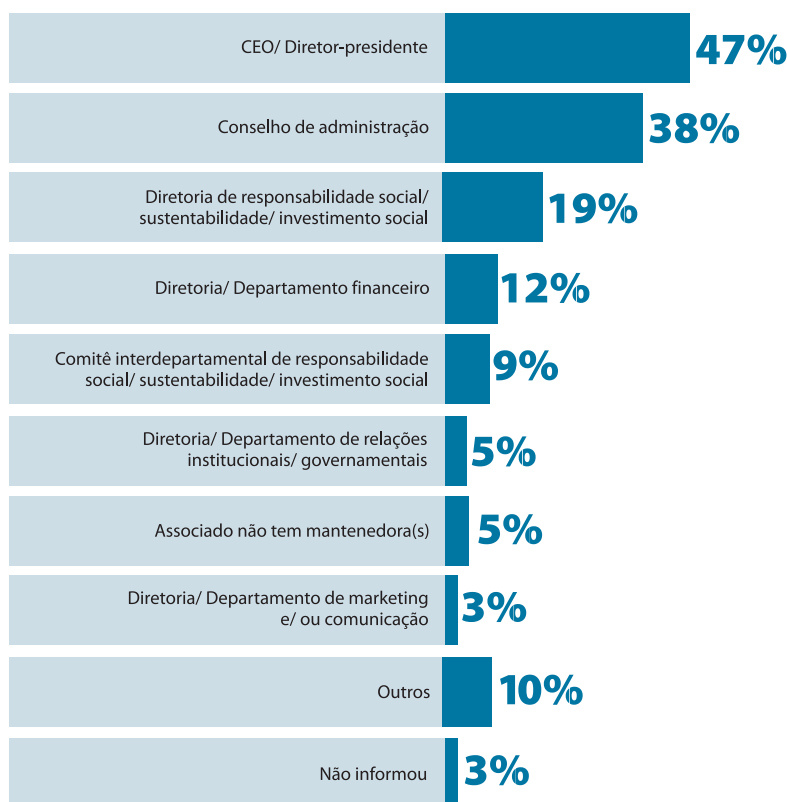
Embora a área responsável pela execução do investimento social se reporte à Presidência das empresas, as decisões quanto ao orçamento para estas ações são tomadas pelo Conselho de Administração em cinco das treze empresas respondentes do Censo. Essa dupla vinculação às instâncias mais altas da organização

<sup>5</sup> Dentre as 29 FICs participantes do Censo, dez informaram ter empresas mantenedoras, o que caracteriza situações muito particulares ou falha na resposta. Por esta razão são considerados, nesta seção, apenas os dados de Empresas (13) e de Fundações Empresariais (58).

reforça o caráter estratégico que o tema tem adquirido em algumas empresas. Em outras quatro das treze respondentes, a autonomia sobre a definição orçamentária é atribuída ao comitê interdepartamental que é o próprio executor das ações. Esse comitê é, com maior frequência, a instância responsável também pelas estratégias ou diretrizes de atuação social.

Nas **associações e fundações empresariais**, a decisão sobre destinação de recursos é de responsabilidade do Conselho de Administração da mantenedora para 38% dos respondentes e de responsabilidade do CEO ou Diretor-presidente da empresa para 47%. Apesar da limitada autonomia na definição orçamentária, na maior parte dos casos, o instituto ou fundação é responsável pelo planejamento estratégico das ações, seja com total autonomia (65,5%) ou em conjunto com a mantenedora (25,9%), como descrito na Figura 16. Dentro de “Outros”, alguns modelos diferentes e interessantes puderam ser identificados, como a vinculação do orçamento do associado ao desempenho da empresa mantenedora e a atualização anual do valor repassado de acordo com o IPCA.

Figura 15 | Decisão sobre os recursos em associações e fundações empresariais



Base amostra (58)

As próprias associações e fundações empresariais costumam ser responsáveis pela maior parte das atribuições de gestão, com exceção de Políticas de RH, as quais são, com maior frequência, atribuições da mantenedora. No entanto, o Censo não identifica quem é, de fato, o tomador de decisões sobre esses temas, o qual pode ser o executivo da própria fundação ou seu conselho ou, ainda, representantes da mantenedora que compõem o conselho. Assim, embora os dados revelem que as fundações empresariais agem com autonomia nas distintas áreas de gestão, os processos decisórios não são também necessariamente autônomos.

Planejamento estratégico e estratégias de comunicação e marketing são responsabilidades compartilhadas entre fundações e mantenedoras em quantidades significativas de associados, ou seja, 26% e 31% respectivamente. Essa forma de atuação pode revelar a busca de compartilhamento de competências, o que pode estar associado ao alinhamento com imagem e objetivos institucionais da mantenedora. A elaboração de planos de ação e de projetos é uma atribuição de gestão mais comumente assumida pelas fundações e associações (por volta de 80%). É muito provável que isso ocorra por serem “competências de ponta”, específicas dos profissionais que atuam nas fundações e associações.

Figura 16 | Responsabilidades em gestão

	Planejamento estratégico	Elaboração de plano de ação	Política de captação de recursos	Elaboração de projetos próprios	Alocação dos recursos	Política de recursos humanos	Envolvimento de voluntários	Estratégia de comunicação e marketing
Associado é responsável pela ação	66%	83%	43%	81%	67%	29%	48%	50%
Mantenedora é responsável pela ação	3%	2%	10%	2%	7%	47%	7%	5%
Ambos são responsáveis pela ação	26%	9%	9%	9%	19%	10%	24%	31%
Associado não tem mantenedora(s)	0%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	3%
Não realiza ação	0%	0%	33%	3%	2%	9%	16%	5%
Não informou	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%

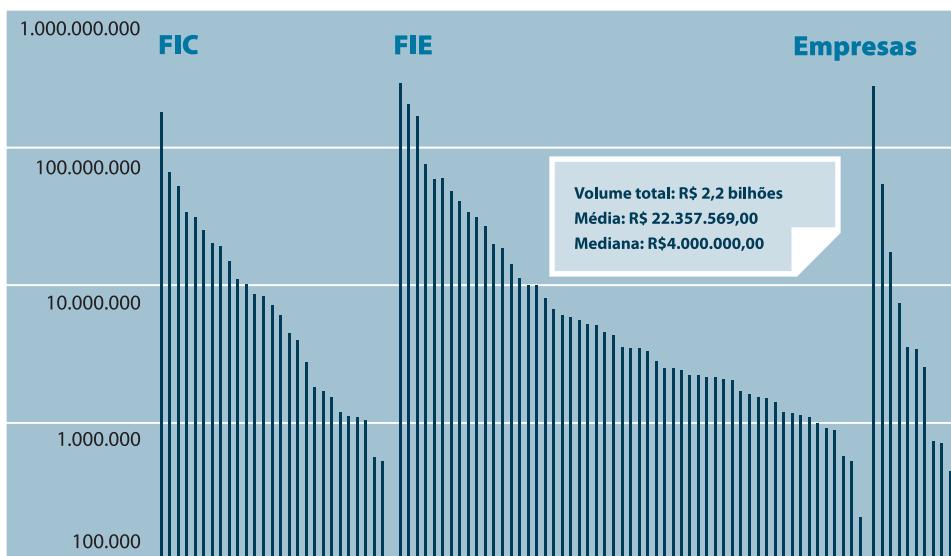
Base amostra (58)

## Recursos Financeiros

**O**s investimentos realizados pelos associados GIFE contribuem grandemente para a realização de projetos e ações em áreas relevantes da promoção do desenvolvimento sustentável, como meio ambiente, educação e defesa de direitos, dentre outras. Com uma injeção anual da ordem de R\$ 2,2 bilhões, estes investidores continuam assegurando ao Brasil o compromisso de empresas, fundações e associações com a melhoria da qualidade de vida de pessoas e comunidades, além da sustentabilidade ambiental do planeta.

Uma característica marcante da Rede GIFE é a diversidade. Isso também se revela no volume de recursos investidos por organização em projetos sociais. Embora o volume médio de recursos investidos em 2011 seja de R\$ 22 milhões, a maior incidência de investimentos ocorreu na faixa próxima a R\$ 4 milhões. Mais da metade dos respondentes, 57%, investe entre R\$ 1 milhão e R\$ 10 milhões. Apenas 5% destinam mais de R\$ 100 milhões para o investimento social.

Figura 17 | Volume de investimento por organização em 2011



Base amostra (100)

A concentração de associados nas diversas faixas de investimentos tende a ser linear para FICs, FIEs e empresas. 60% dos associados estão localizados numa faixa de volume de recursos que varia de R\$ 500 mil a R\$ 8 milhões. As FIEs apresentam uma concentração pouco maior que empresas e FICs nesta faixa de investimentos, com incidência de 69%.

Cerca de 10% dos associados estão localizados numa faixa que compreende volumes de recursos superiores a R\$ 50 milhões. As empresas destacam-se nesta faixa de investimentos, com incidência de 16%.

Figura 18 | Investimento por tipo de investidor

	Total	FIC	FIE	Empresa
R\$ 500 mil a R\$ 2 milhões	29%	34%	29%	23%
R\$ 2 milhões a R\$ 8 milhões	32%	17%	40%	31%
R\$ 8 milhões a R\$ 20 milhões	16%	24%	14%	8%
R\$ 20 milhões a R\$ 50 milhões	9%	14%	9%	0%
R\$ 50 milhões a R\$ 100 milhões	6%	7%	5%	8%
Mais de R\$ 100 milhões	5%	3%	5%	8%
Não Informou	3%	0%	0%	23%
Base amostra	100	29	58	13

Base amostra (100)

As empresas do setor financeiro e as fundações e institutos mantidos por elas representam mais de 54% do total de recursos das organizações empresariais.

Associados que executam projetos diretamente investem volumes de recursos de maior magnitude, o que talvez justifique a criação e manutenção de estruturas operacionais que variam desde equipes e escritórios até escolas e hospitais. Estes representam 43% dos catorze associados que realizam investimentos superiores a R\$ 50 milhões. Os que executam projetos e também financiam projetos de terceiros, representam 50% deste grupo. O percentual cai para 7% para as organizações que apenas financiam projetos, e o volume de recursos investidos por estes associados limita-se a R\$ 100 milhões.

Figura 19 | Investimento por forma de atuação

	Todos	Apenas executa	Apenas financia	Financia e executa	Não informou
de R\$ 500 mil a R\$ 2 milhões	29%	31%	27%	29%	0%
de R\$ 2 milhões a R\$ 8 milhões	32%	31%	33%	33%	0%
de R\$ 8 milhões a R\$ 20 milhões	16%	13%	20%	15%	100%
de R\$ 20 milhões a R\$ 50 milhões	9%	6%	13%	10%	0%
de R\$ 50 milhões a R\$ 100 milhões	6%	6%	7%	6%	0%
Mais de R\$ 100 milhões	5%	9%	0%	4%	0%
Não informou	3%	3%	0%	4%	0%
Base amostra	100	32	15	52	1

Base amostra (100)

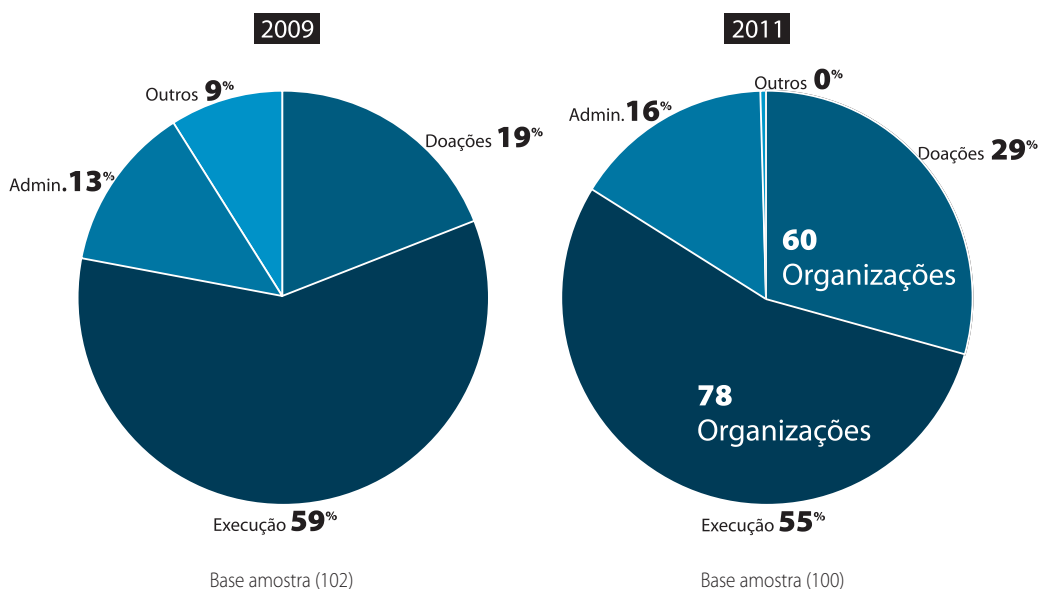


Pouco mais da metade (55%) dos R\$ 2,2 bilhões investidos pelos associados GIFE em 2011 foi destinada a atividades diretamente ligadas à execução dos projetos. Esse percentual contempla os recursos de 78 das 100 organizações que responderam ao Censo. Os recursos destinados exclusivamente ao financiamento de projetos de terceiros representam 29% do total de recursos investidos em 2011. Essas doações foram feitas por 60 associados. A comparação do número de organizações que doam (60) e executam (78) com o percentual de recursos doados (29%) e executados (55%) indica que, em geral, o volume individual de recursos doados é menor que os executados.

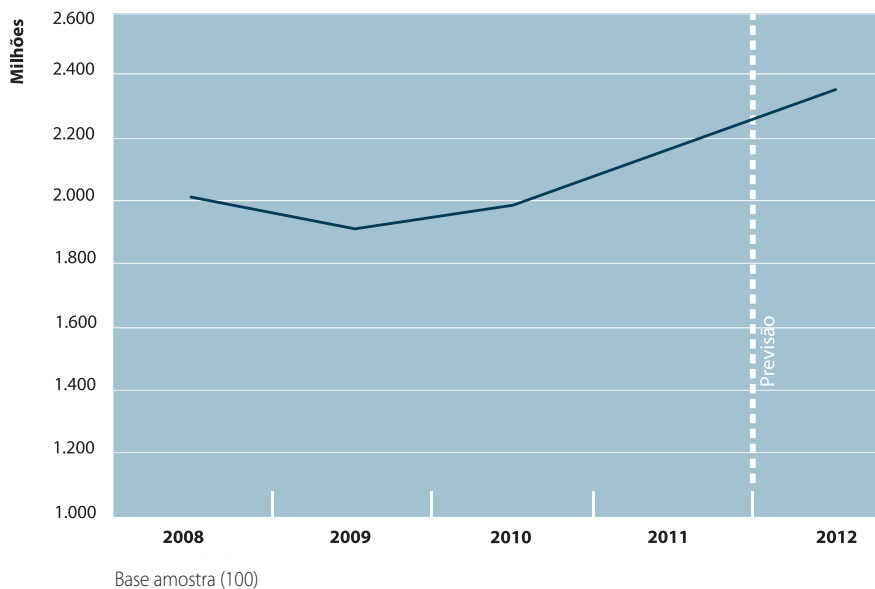
Os gastos com a administração do investimento social foram da ordem de R\$ 320 milhões, ou 16% do total de recursos investidos em 2011. Estes custos administrativos representam, em média, R\$ 267 mil por mês para cada associado.

Na comparação com 2009, o volume de recursos destinados a doações aumentou 10%, chegando a quase 30% do total. Essa variação pode ter sido ocasionada pelo aumento no orçamento de um pequeno número de organizações que concentram altos volumes de investimentos. No período, houve também melhor adequação de recursos anteriormente classificados como “outros”.

Figura 20 | Variação do volume de recursos por forma de atuação



Após uma queda de 5% entre 2008 e 2009, o volume de investimento voltou a subir em 2010, com um crescimento nominal abaixo dos 10% ao ano. Se considerada a inflação no ano de 2010 (5,9%), o crescimento real do volume de investimento entre 2010 e 2011 foi de 3,1%. E o crescimento real entre 2011 e 2012 foi de apenas 1,6%, se considerada a inflação de 6,5% para o período. Portanto, o volume de investimento desde 2010 ficou estável.

**Figura 21 | Variação do investimento social 2008 | 2009**

**Figura 22 | Crescimento nominal e real do investimento social**

Ano	Valor	Crescimento nominal
2008	2.010.821.092	-
2009	1.909.635.803	-5,03%
2010	1.986.021.235	4,00%
2011	2.168.684.205	9,20%
2012 (Previsão)	2.347.527.117	8,25%

Ano	Valor	Crescimento real*
2010	1.986.021.235	-
2011	2.168.684.205	3,1%
2012 (Previsão)	2.347.527.117	1,6%

Base amostra (100)

Como esperado, a maior parte do volume de recursos investidos pelos associados GIFE em 2011 é proveniente de fontes próprias. Recursos aportados pelas mantenedoras dos institutos e fundações representam 40% do volume total, e pouco mais da metade dos associados utiliza esta fonte. Por outro lado, apesar de apenas dezessete organizações terem recursos provenientes de fundos patrimoniais/*endowments*, essa fonte representa 1/3 do total de recursos investidos em 2011. Tal dado reforça a tendência de constituição de patrimônio próprio como forma de assegurar a sustentabilidade financeira de associações e fundações, bem como de seus projetos e ações.

\* A inflação considerada para o ano de 2010 foi de 5,9% e para 2011, 6,5%

Os recursos provenientes de fundos patrimoniais/*endowments* são mais robustos: em torno de 32 milhões por associado. Recursos doados pelas mantenedoras representam menos da metade deste montante: R\$ 12 milhões em média.

A venda de produtos e serviços também vem se configurando como uma via de acesso a recursos financeiros de forma mais independente, rentável e sustentável. São poucas as organizações que acessam esta fonte de recursos – apenas treze. Mas a captação média pela venda de produtos e serviços é da ordem de R\$ 21 milhões. Ainda que a mediana deste grupo seja de R\$ 1 milhão, este é um valor bem superior ao comumente captado em campanhas, contribuições associativas e da filantropia internacional, os quais constituem os meios mais tradicionais de financiamento de organizações sem fins lucrativos.

Figura 23 | Origem dos recursos

	Percentual do volume de investimento total	Associa-dos que utilizam essa fonte de recursos	Média	Mediana
Recursos doados pela empresa mantenedora / grupo empresarial mantenedor	40%	57	12.373.336	2.918.929
Recursos doados pelos indivíduos / grupos familiares mantenedores	2%	13	3.235.744	594.700
Recursos próprios do associado, provenientes de fundo patrimonial/ endowment	31%	17	32.123.987	8.500.000
Recursos gerados a partir da venda de produtos e serviço	16%	13	21.012.120	997.088
Contribuições associativas	0%	6	697.137	324.515
Captados junto à cooperação/ filantropia internacional	0%	5	633.859	430.000
Captados junto a pessoas físicas e/ou jurídicas eventualmente (ex.: campanhas de doação)	3%	23	2.131.713	659.030
Subvenções, convênios e parcerias com o setor público	3%	13	3.820.234	1.100.000
Outros	4%	11	6.969.955	805.617

Base amostra (87)

Os incentivos fiscais não representam montantes significativos dentro do volume total de recursos mobilizados pela Rede GIFE, correspondendo a 15% dos recursos investidos. O percentual de recursos incentivados

em relação ao volume total de investimento em 2011 (15%) ficou muito próximo do de 2009 (19%), o que demonstra consistência nesse dado.

Aparentemente, a utilização de recursos incentivados não esgota todo o potencial desta fonte, e isso se deve a uma combinação de fatores. Por um lado, o acesso a eles ainda não é realidade para um conjunto de associações e fundações que operam no Brasil, seja por desconhecimento dos mecanismos de captação, seja por falta de habilidade para apresentar e aprovar projetos de incentivo. Por outro lado, a própria Rede GIFE tem como característica a predominância de investimentos em educação, área que é beneficiada por recursos incentivados apenas tangencialmente pelos fundos para crianças e adolescentes.

A maior parte dos investidores que concede recursos incentivados (28) o faz por meio da Lei Rouanet. Mas a maior média de recursos incentivados por organização é proveniente da Lei do Audiovisual, com R\$ 5 milhões. Portanto, individualmente, o volume de recursos para audiovisual é maior.

O acesso a recursos previstos pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, por meio de fundos municipais e estaduais, é feito por 22 organizações. Mas representa apenas 14% do volume total de recursos incentivados escolhidos pelos associados. A mesma proporção de recursos é acessada por meio da Lei de Incentivo ao Esporte, mas apenas 12 organizações se beneficiam desta fonte.

Figura 24 | Recursos incentivados

Investimento total em 2011	<b>R\$ 2.168.684.205,00</b>		
Total de recursos incentivados em 2011	<b>R\$ 335.009.214,00</b>		
Percentual de investimento com incentivos fiscais	<b>15%</b>		
Mecanismos de incentivo	Distribuição dos recursos	Número de investidores que utiliza o recurso	Média por organização
Lei Rouanet (Lei 8313)	<b>30%</b>	<b>28</b>	<b>3.6 milhões</b>
Lei do Audiovisual (Lei 8685)	<b>35%</b>	<b>23</b>	<b>5.0 milhões</b>
Lei de Incentivo ao Esporte (Lei 11.438)	<b>8%</b>	<b>12</b>	<b>2.1 milhões</b>
Estatuto da Criança e Adolescente	<b>14%</b>	<b>22</b>	<b>2.1 milhões</b>
Outros	<b>13%</b>	<b>21</b>	

Base amostra (100)

## Características do investimento social

**O** papel desempenhado pelos investidores sociais da Rede GIFE guarda características bem alinhadas à natureza destas organizações, ou seja, sua origem corporativa ou independente. A maior parte dos associados assume a execução de projetos próprios, ainda que, paralelamente, mantenha frentes de apoio a projetos executados por terceiros.

Apenas 15% dos associados concentram todo seu investimento social em doações, ou seja, no repasse de recursos por meio de editais e de parcerias. Este percentual é maior entre empresas e FICs: respectivamente 31% e 28%. Ao contrário do que se esperava, 41% das FICs atuam no campo social exclusivamente com projetos próprios. Mas ao olhar este dado com mais rigor, percebe-se que as fundações e associações familiares contribuem para a elevação desse percentual. Entre as organizações independentes, execução e doação estão bastante equilibradas. Ainda que tenham maior tendência para uma atuação que combina a execução de projetos com a realização de doações, o que ocorre em 62% dos casos, muitas FIEs dedicam-se exclusivamente à execução dos projetos (31%).

Figura 25 | Tipo de associado por forma de atuação

	Empresa	FIE	FIC	Total
Apenas executa	15%*	31%	41%	32
Apenas financia	31%	5%	28%	15
Executa e financia	54%	62%	31%	52
Não informou	0%	2%	0%	1
Base amostra	13	58	29	100

Base amostra (100)

Consideradas as diversas áreas temáticas nas quais os associados atuam, o financiamento de projetos costuma ser proporcionalmente semelhante ou ligeiramente superior à execução direta das ações, como mostra a Figura 26. Apenas entre os institutos e fundações que atuam na área de comunicação é que a proporção de projetos financiados é inferior à proporção de projetos executados, pois 61% destas organizações operam seus projetos diretamente. Na área da saúde, por outro lado, o financiamento de projetos é muito mais frequente (73%) que a execução direta.

Como já observado no Censo 2009-2010, os projetos na área de defesa de direitos também costumam ser mais financiados do que executados. Mas, diferentemente do que foi observado no último Censo, em 2011, o apoio à gestão no terceiro setor e ações em meio ambiente, esporte e recreação também têm sido proporcionalmente mais financiados do que executados.

**Figura 26 | Forma de atuação por área de investimento**

	Total	Financiam	Executam	Proporção de organizações que financiam terceiros
Educação	86	47	73	55%
Formação de jovens para trabalho e cidadania	60	33	42	55%
Desenvolvimento comunitário	53	31	31	58%
Cultura e Artes	53	31	31	58%
Apoio à gestão de organizações do 3º setor	49	34	20	69%
Geração de trabalho e renda	48	26	31	54%
Meio ambiente	43	29	22	67%
Assistência social	42	21	26	50%
Defesa de direitos	41	28	20	68%
Esporte e recreação	36	24	18	67%
Saúde	33	24	17	73%
Comunicação	31	12	23	39%

Base amostra (100)

Dentre as cem organizações que responderam ao Censo, dezoito financiam projetos em uma ou duas áreas. Esse foco é mais frequente nas organizações que realizam programas próprios: 26 limitam-se a uma ou duas áreas temáticas.

### Investimento em produção de conhecimento

**67** associados **investem em pesquisa e produção de conhecimento**. Destes:

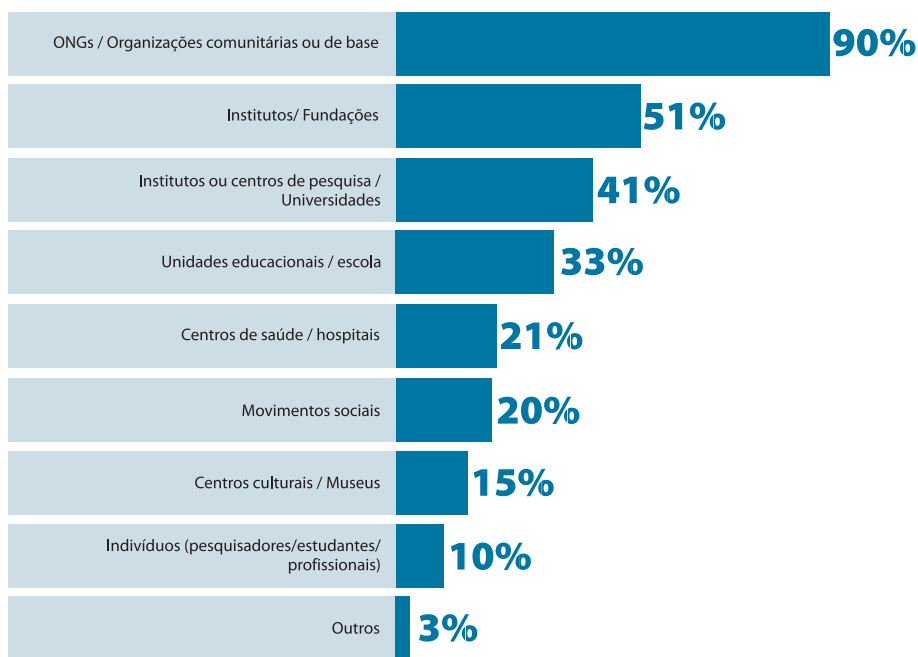
**29 financiam pesquisas** concebidas e executadas por terceiros

**38 contratam terceiros** para executar projetos concebidos pelo associado

**25 executam pesquisas** com equipe própria

Para os 61 associados que financiam projetos executados por terceiros, as ONGs são as parceiras preferenciais, figurando em 90% das parcerias declaradas. Fundações e institutos, ou seja, outros investidores sociais, recebem o investimento de metade dos associados que financiam projetos. Em uns poucos casos, esse é o repasse de recursos feito por empresas associadas para suas próprias fundações. Em outros casos, há uma colaboração entre institutos e fundações que querem expandir seus projetos e buscam recursos junto a seus pares. Com menor frequência, universidades e escolas figuram como receptoras de recursos: 41% e 33% respectivamente, seguidas por instituições de saúde, com frequência de 21%. Cada associado doa recursos para, em média, dois a três diferentes tipos de organizações.

Figura 27 | Tipos de organizações financiadas



Base amostra (61)

Indicadores econômicos e sociais são os critérios mais utilizados para definir as ações sociais que serão financiadas ou executadas pelos associados, com frequência de 58% entre as cem organizações participantes. A utilização deste tipo de critério é mais frequente entre as empresas (77%). Praticamente metade delas também adota critérios de vulnerabilidade social (54%), que não deixam de ser indicadores sociais, e de busca de localidades no entorno das instalações para o investimento em projetos sociais (46%).

Indicadores econômicos e sociais, incluindo vulnerabilidade social, também são os principais critérios utilizados por FICs e FIEs, com frequências entre 50% e 60%. Mas evidentemente a escolha de outros critérios por estes diferentes tipos de organizações é influenciada por sua gênese. Enquanto FIEs seguem o

comportamento das empresas, ao utilizar critérios territoriais como o terceiro tipo mais frequente (50%), as associações e fundações comunitárias são naturalmente mais orientadas por critérios de demandas percebidas pelas comunidades e, especialmente as familiares, por motivações pessoais do instituidor e/ou mantenedor.

Figura 28 | Critérios para definição das ações

	Total	FIE	FIC	Empresa
Indicadores econômicos e sociais	58%	52%	62%	77%
Critérios de vulnerabilidade social	55%	55%	55%	54%
Localidades vizinhas às instalações da organização ou empresa	36%	50%	3%	46%
Demandas colocadas pelas comunidades do entorno	26%	28%	24%	23%
Critérios baseados no mercado de trabalho	15%	16%	10%	23%
Demandas identificadas pelos colaboradores da empresa	14%	12%	10%	31%
Motivação pessoal (filantrópica/humanitária/religiosa, etc.)	9%	7%	17%	0%
Indicadores de oferta de serviços públicos	10%	3%	14%	31%
Critérios sobre o grau de organização comunitária	9%	9%	10%	8%
Não informou	2%	2%	3%	0%
Base amostra	100	58	29	13

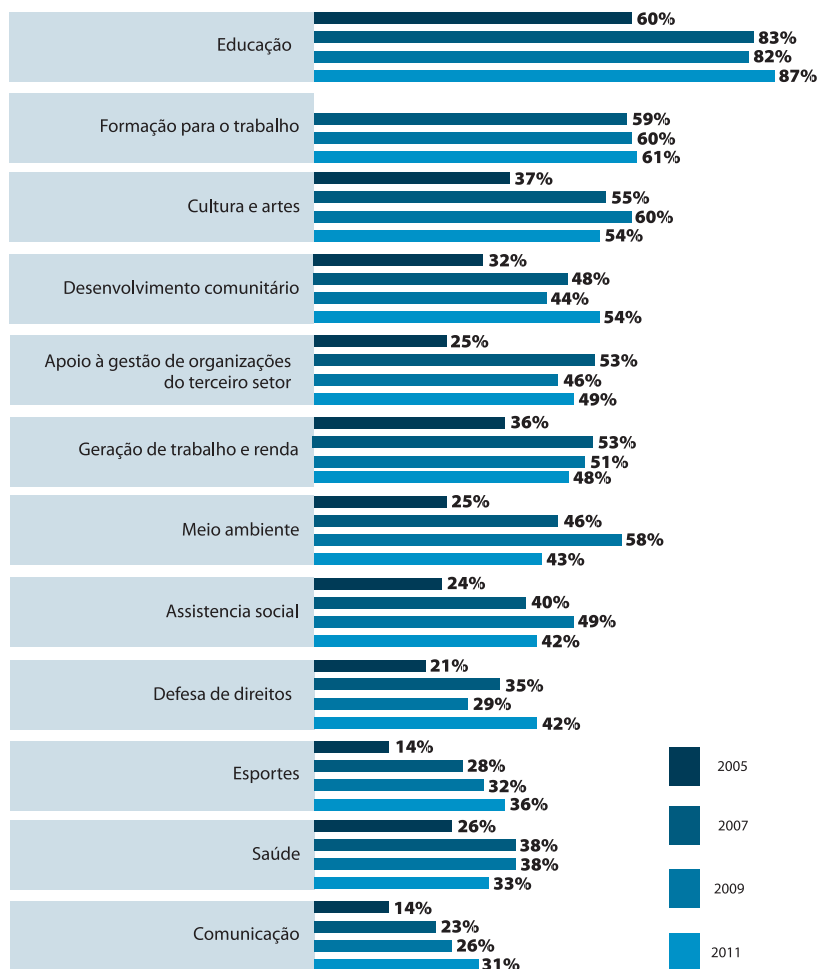
Base amostra (100)

Educação continua sendo o principal tema da Rede GIFE. Ele não apenas se mantém em primeiro lugar desde o primeiro Censo, como também apresenta crescimento de 2% em relação a 2009.

A quantidade de organizações que investe em meio ambiente caiu de 58% em 2009 para 43% em 2011, invertendo uma tendência de crescimento observada desde 2005. O mesmo se verificou no tema cultura e artes, com 61% de investidores em 2009 e 53% em 2011, e na área de assistência social, com 50% de investidores em 2009 e 42% em 2011.

Por outro lado, as áreas de defesa de direitos e desenvolvimento comunitário experimentaram aumento no número de investidores no período, chegando a 42% e 53% em 2011, respectivamente. O crescimento no número de organizações investindo em defesa de direitos se deu principalmente pelo aumento das organizações empresariais envolvidas com esse tema. Comunicação, esportes e apoio à gestão no terceiro setor são áreas nas quais a frequência de investidores sociais também experimentou crescimento no período, ainda que menos significativo.



**Figura 29 | Áreas de investimento 2005 | 2011**


Base amostra 2005 (91), 2007 (80), 2009 (102) e 2011 (100)

### **Características do Investimento em Educação**

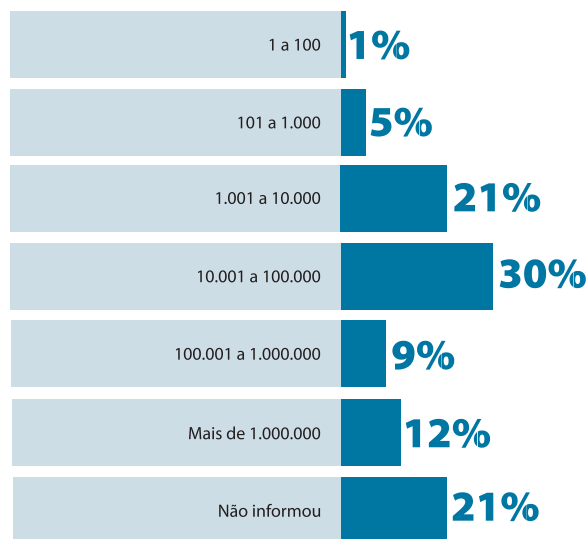
As ações executadas ou financiadas pelos associados GIFE em educação envolvem, na maioria dos casos, a capacitação de professores. 65% das empresas, associações e fundações que responderam a este detalhamento desenvolvem tal atividade, provavelmente com vistas a contribuir para a melhoria na qualidade da rede pública de ensino. A doação de livros e materiais didáticos está igualmente associada a esta intenção, e é realizada por 43% dos associados. A oferta de atividades de reforço escolar também se revela significativa dentre os respondentes, com 46% de organizações atuando nesta frente. Investimentos em construção, reforma ou manutenção de escolas são feitos por apenas 17% das organizações.

*As crianças em idade escolar constituem o público-alvo mais frequente das ações em educação. Alunos na pré-escola (3 a 6 anos) são beneficiados pelas ações de 75% dos associados que responderam a este detalhamento. O ensino fundamental, com crianças de 7 a 14 anos, é alvo de 69% das organizações. Pessoas adultas, por outro lado, são as menos beneficiadas pelas atividades educacionais promovidas pelas organizações respondentes. 10% destes associados têm foco no ensino superior ou na educação de jovens e adultos.*

Quantificar o volume de pessoas diretamente beneficiadas pelo investimento social tem sido trabalhoso para as organizações. Um alto percentual de empresas (31%) afirmou não dispor destas informações relativas ao ano de 2011, e 31% das FICs também não têm ou não compartilharam estes dados. O controle sobre o número de beneficiários diretos pode ser mais difícil para organizações que desenvolvem ações com público-alvo não determinado ou difuso, como investimento em proteção de reservas naturais ou em *advocacy*. O Censo mostra que as FIEs conhecem melhor a quantidade de beneficiários impactados diretamente por suas ações: apenas 12% não têm ou não informaram a quantidade de beneficiários de seus projetos. Esse resultado pode ser explicado pelo acesso mais fácil a dados dos beneficiários que têm as organizações que executam seus próprios projetos, caso de grande parte das FIEs.

Embora os dados sejam escassos, o Censo revela que, em geral, o investimento social tende a se concentrar em projetos que atendem de dez mil a cem mil pessoas, o que é uma faixa bastante ampla. A concentração nesta faixa é de 23% nas empresas, 24% nas FICs e 36% nas FIEs.

Figura 30 | Número de beneficiários



Base amostra (100)

O investimento social dos associados GIFE tem sido feito em todas as regiões do país. Apesar da concentração de organizações atuando na região sudeste, onde acontecem ações de 91 dos cem participantes do Censo, cada uma das demais regiões é contemplada por, pelo menos, 50 organizações. Forte determinante desta dispersão é a distribuição geográfica das plantas industriais e unidades operacionais dos associados. Minas, florestas e agências bancárias, por exemplo, extrapolam as fronteiras do eixo sul-sudeste, onde grande parte dos investidores está sediada.

As fronteiras do investimento social têm sido ampliadas, também, para fora do Brasil. 59 empresas ou mantenedoras de fundações e institutos dos cem respondentes têm atividades de negócios em outros países. As atividades de ISP são levadas a outros países por 36 associados e mantêm alinhamento com as atividades realizadas no Brasil em 21 casos.

Figura 31 | Geografia do investimento

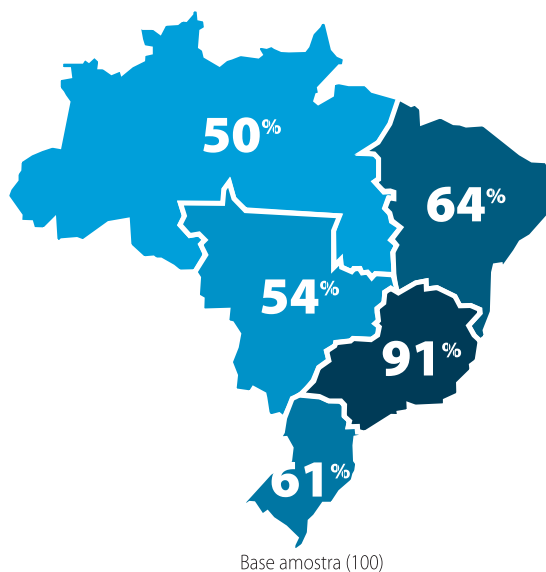


Figura 32 | Origem do capital controlador

	Total	FIE	Empresa
Nacional	70%	72%	62%
Estrangeira	23%	17%	38%
Ambas	3%	3%	0%
O associado não tem mantenedora(s)	3%	3%	0%
Não informou	1%	2%	0%
Base amostra	71	58	13

Base amostra (71)



## Monitoramento e Comunicação

### Monitoramento e Avaliação

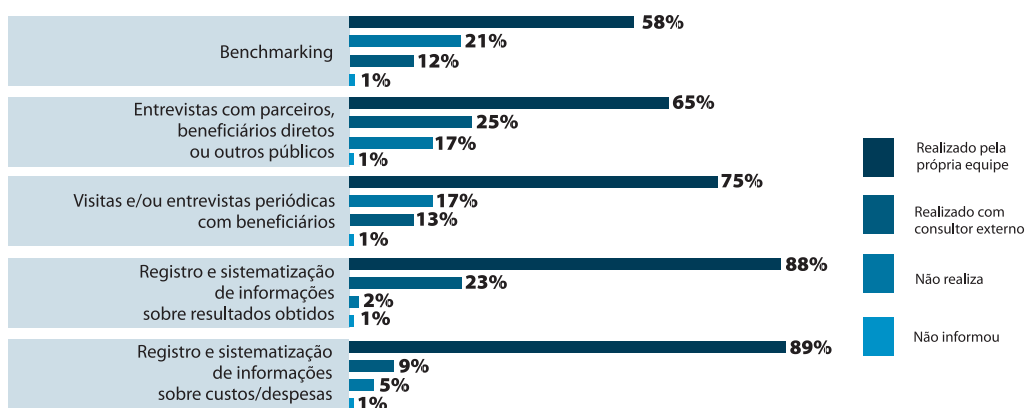
**A** avaliação de projetos sociais é um grande desafio para organizações que investem em projetos próprios ou financiam projetos de terceiros; tema muito falado, conceituado, estimulado e ensinado, mas ainda incipiente na prática diária das associações e fundações. A ausência de um entendimento comum do que são a avaliação e a diversidade de metodologias talvez sejam alguns dos fatores que dificultam a adoção de práticas sistemáticas de monitoramento, avaliação e comunicação destes resultados.

De modo geral, a Rede GIFE mantém práticas de monitoramento do investimento social. Todas as organizações que responderam ao Censo mantêm ao menos uma prática de avaliação. O registro ou sistematização de informações é o mais frequente, mas aparentemente, não existe um entendimento comum do que sejam avaliação e suas principais atividades. Isso dificulta a aferição da qualidade das práticas avaliativas. Por exemplo, o registro de informações sobre os custos dos projetos, realizado por 94% das organizações, pode ser executado sem qualquer desdobramento analítico. Da mesma forma, o registro e a sistematização de resultados podem gerar uma boa compilação de dados, mas desvinculada de metodologias que assegurem a análise de efetividade e de impacto, por exemplo.

Adicionalmente, a realização de práticas de monitoramento parece guardar relação com seu custo. O registro e a sistematização de informações, sobretudo quando realizados por equipes internas, requerem investimentos financeiros inferiores aos demandados por atividades de pesquisa junto aos beneficiários ou *stakeholders*, tais como atividades de *benchmarking*, por exemplo. Estas atividades, por sua vez, são realizadas por um número menor de associados: 21% deles afirmaram não realizar *benchmarking*, e 17% afirmaram não realizar visitas ou entrevistas com beneficiários e outros públicos. Na outra ponta, apenas 5% dos respondentes indicaram não adotar a sistematização de informações sobre os custos dos projetos e apenas 2% não mantêm registro de informações sobre resultados.

A contratação de assessorias ou consultores externos para realização das atividades de monitoramento do investimento social é pouco frequente entre os associados. Estas atividades costumam ser realizadas por equipes internas. Apenas um quarto das organizações contrata consultores externos para atividades de pesquisa junto a *stakeholders* dos projetos, e esta é a atividade mais comumente terceirizada entre os respondentes.

Os diferentes tipos de associados apresentam nuances na forma como conduzem as atividades de monitoramento. Visitas e entrevistas com beneficiários são realizadas por FIEs com frequência superior às FICs e empresas. Apenas 14% das FIEs afirmam não realizar esta atividade, ante 21% de FICs e 23% de empresas.

**Figura 33 | Atividades de monitoramento**


Base amostra (100)

Entrevistas com *stakeholders* são realizadas com maior frequência por FIEs e empresas, talvez pela habitualidade que caracteriza este tipo de monitoramento no âmbito corporativo. Embora esta seja uma fonte relevante de informações para a avaliação das atividades, 34% das FICs afirmam não realizar tais entrevistas, ante 11% de FIEs e 8% de empresas.

A contratação de consultores para registro e sistematização de informações também tende a ser menos frequente entre as FICs do que entre FIEs e empresas. Informações sobre resultados são compiladas com auxílio externo apenas por 17% das FICs. Entre FIEs e empresas, este percentual chega a 25% e 23%, respectivamente.

Atividades de *benchmarking*, por outro lado, são realizadas por equipes internas com mais frequência pelas FIEs do que por FICs e empresas. Talvez por contarem com redes de colaboração mais estabelecidas, 65% das fundações empresariais realizam *benchmarking* com pessoal próprio. Apenas 48% das FICs e 46% das empresas seguem o modelo. Reforça esta hipótese o fato de apenas 18% das FIEs não realizarem *benchmarking*. Ou seja, esta é uma prática frequente entre as fundações empresariais.

**Figura 34 | Atividades de monitoramento por tipo de investidor**

	FIC		
	Realizado pela própria equipe	Realizado pelo consultor externo	Não realiza
Benchmarking	48%	10%	24%
Registro e sistematização de informações sobre custos/despesas	86%	7%	10%
Registro e sistematização de informações sobre resultados obtidos	90%	17%	0%
Entrevistas com parceiros, beneficiários diretos ou outros públicos	41%	31%	34%
Visitas e/ou entrevistas periódicas com beneficiários	72%	14%	21%
Base amostra	29		

	FIE			
	Realizado pela própria equipe	Realizado pelo consultor externo	Não realiza	Não informou
Benchmarking	65%	12%	18%	1%
Registro e sistematização de informações sobre custos/despesas	88%	11%	4%	1%
Registro e sistematização de informações sobre resultados obtidos	85%	25%	4%	1%
Entrevistas com parceiros, beneficiários diretos ou outros públicos	72%	24%	11%	1%
Visitas e/ou entrevistas periódicas com beneficiários	78%	12%	14%	1%
Base amostra	58			

	Empresa		
	Realizado pela própria equipe	Realizado pelo consultor externo	Não realiza
Benchmarking	46%	15%	23%
Registro e sistematização de informações sobre custos/despesas	92%	8%	0%
Registro e sistematização de informações sobre resultados obtidos	92%	23%	0%
Entrevistas com parceiros, beneficiários diretos ou outros públicos	77%	15%	8%
Visitas e/ou entrevistas periódicas com beneficiários	62%	15%	23%
Base amostra	13		

Base amostra (100)

## Quadro 2 | Formas de avaliação

As concepções e abordagens utilizadas nas avaliações de programas sociais são múltiplas e diferenciadas, e muitas vezes não há uniformidade na maneira de caracterizá-las. O Censo GIFE 2011-2012 empregou as seguintes definições para as formas de avaliação:

**Definição de marco de resultados** (documento que explicita os resultados pretendidos pelo programa, estratégias/ações a serem desenvolvidas para atingi-los e os respectivos indicadores)

**Diagnóstico inicial/ marco zero/ linha de base** (levantamento de um conjunto de indicadores prévio à implementação do programa, com a finalidade de acompanhá-los durante e após sua execução)

**Avaliação de processo** (com o objetivo de verificar o adequado funcionamento e operacionalização das atividades previstas pelo programa)

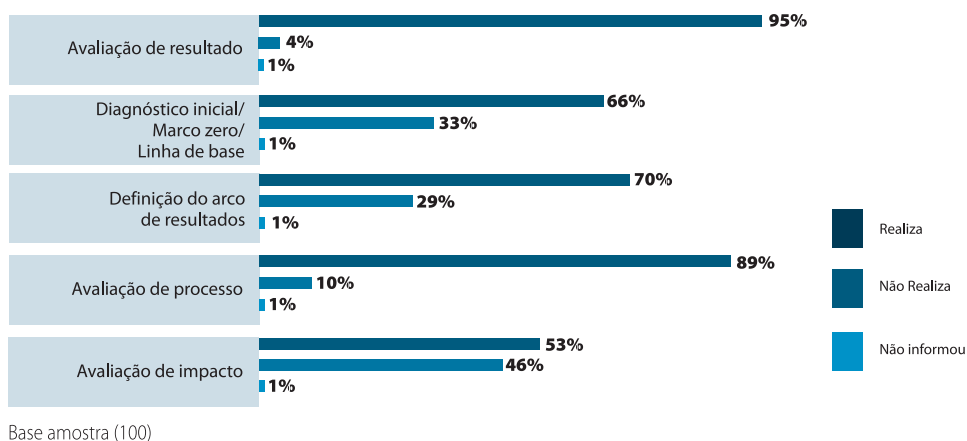
**Avaliação de resultados** (com o objetivo de verificar os efeitos das ações do programa e seu alinhamento com as expectativas definidas durante a concepção)

**Avaliação de impacto** (com o objetivo de comprovar os efeitos atribuíveis diretamente às ações do programa, com base na comparação entre situações anterior e posterior à intervenção; frequentemente complementadas por acompanhamento de grupos-controle) <sup>6</sup>

Dentre os diversos tipos de avaliação, a de resultado é a mais frequente entre as ações dos associados GIFE. E há uma tendência mais acentuada para que ela se realize por equipes próprias, ainda que em 22% dos casos seja conduzida por consultores externos.

A avaliação de impacto, mais complexa por natureza, é a menos frequente entre os respondentes: praticamente metade das organizações não a realiza. Pesquisa feita pelo Instituto Fonte e pela Fundação Itaú Social (2009)<sup>7</sup> revelou que a razão mais frequente para as organizações não realizarem avaliações é a confiança que elas nutrem em relação às parceiras que executam seus projetos.

Figura 35 | Atividades para avaliação

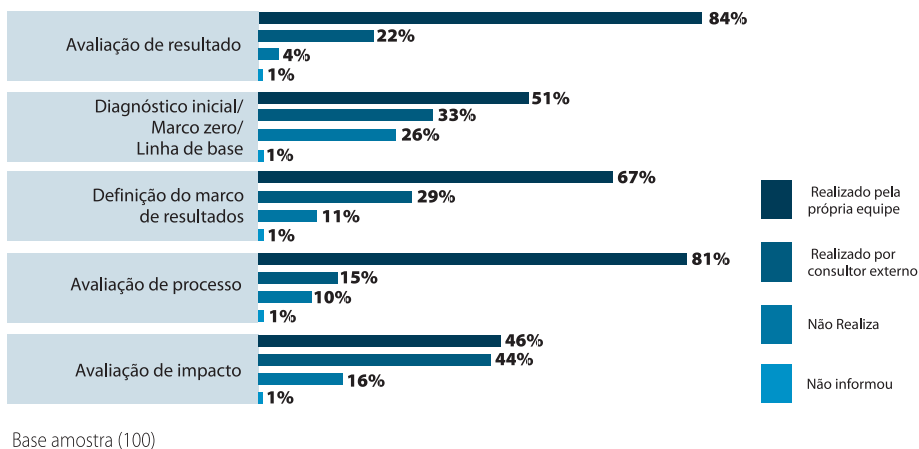


A contratação de consultores externos para a realização das avaliações acontece em 15% a 20% dos casos. Esta contratação é menos frequente na definição do marco de resultados, acontecendo em 11% dos casos. E é mais frequente na realização de diagnóstico ou marco zero, presente em 27%. Neste caso, o alto percentual pode estar relacionado à contratação de consultores para atividades de coleta de dados e apoio ao planejamento da avaliação, por exemplo.

<sup>6</sup> Fonte: Questionário Censo GIFE 2011-2012

<sup>7</sup> Instituto Fonte; Fundação Itaú Social. A Avaliação de Investimentos Sociais no Setor Privado. 2009.



**Figura 36 | Executor das atividades de avaliação**


Entre todas as formas de avaliação, chama atenção a alta frequência com que esta atividade é conduzida por equipes internas. Tal fato reforça uma tendência identificada na pesquisa realizada pelo Instituto Fonte e pela Fundação Itaú Social (2009). O estudo revelou que 53% de organizações que realizam investimento social conduzem suas avaliações exclusivamente com equipe própria. Esse comportamento pode ter nuances positivas e também negativas.

A realização da avaliação pelos membros da mesma equipe que desenvolve e implanta os projetos pode prejudicar a garantia de objetividade. Como sustentar a crítica se a equipe está mergulhada no processo, como criticar o desenho do projeto? Por mais que a objetividade seja buscada, há uma tendência natural para que os resultados negativos e problemas sejam atribuídos a fatores externos. Além disso, para garantir que os profissionais estejam aptos a realizar as atividades avaliativas, a avaliação deve ser entendida como uma área de conhecimento que requer capacitação. Mas, em muitos casos, este investimento em formação de competências não é feito, ou é feito de forma rasa.

Por outro lado, pode ser entendido como positivo o envolvimento da equipe da associação ou fundação nas atividades avaliativas, quando visa manter o caráter participativo do processo. E a avaliação pode ter sua relevância assegurada quando é feita sobre projetos executados por terceiros, em casos onde a organização atua como parceira ou financiadora. Há que se considerar, entretanto, que a atribuição da avaliação à equipe do associado pode gerar sobrecarga de trabalho e demasiado esforço na coleta de dados, com menos dedicação de tempo para análise e esvaziamento da reflexão. Ao competir com outras atividades, a avaliação realizada por equipe própria pode ter perdas na qualidade do processo e dos resultados. E mesmo quando realizada por um agente externo, a reflexão sobre os dados não é assegurada. Como os relatórios costumam ser extensos, a leitura e a análise crítica nem sempre são priorizadas por gestores e por equipes.

Fato é que uma boa avaliação é cara, trabalhosa, implica no desenvolvimento de competências internas e no aporte de metodologias atualizadas. Todo esse processo se justifica quando seus resultados são incorporados

ao planejamento estratégico e efetivamente subsidiam decisões. Quando estimulada e monitorada pelas mais altas instâncias de gestão, a avaliação se consolida como ferramenta de comunicação e transparência. O Censo mostra que apenas onze organizações não têm ou não divulgam indicadores de impacto e/ou resultados dos programas para nenhum público, e um terço dos associados participantes do Censo divulgam indicadores de impacto e/ou resultados dos programas apenas para públicos específicos. Neste último caso, é possível que o público específico seja a própria alta gestão ou o conselho de governança da organização, e os indicadores estejam sendo utilizados para tomada de decisão. Ou seja, se garantir a transparência envolve a realização de avaliações e a divulgação adequada de seus resultados, talvez os associados GIFE estejam em vias de atingir estes objetivos, apesar de não ser possível afirmar com base nos dados do Censo que a integração entre estas ferramentas de gestão efetivamente ocorra. Dados da pesquisa conduzida pelo Instituto Fonte e pela Fundação Itaú Social (2009) apontam o contrário: apenas 1% dos 211 respondentes fazem avaliações com o objetivo de prestar contas aos diversos atores sociais interessados, e a avaliação é mais orientada para o fortalecimento de projetos e programas sociais do que para o controle das ações.

Cabe refletir, ainda, de que forma a avaliação se integra às estruturas de governança, como influencia os processos decisórios e, retroativamente, como a governança influencia o desenho dos processos avaliativos. Nesse sentido, a adoção de práticas de avaliação regulares e sistemáticas subordina-se diretamente à capacidade interna de cada organização e do lugar que a avaliação ocupa na estrutura de governança. É necessário capacitar a equipe e ter um gestor responsável pela avaliação, que tenha acesso ao grupo de tomadores de decisão. Desta forma, a avaliação se integra à cultura organizacional e ascende a um patamar estratégico.

## Comunicação

**Para manter comunicação** com seus públicos, os investidores sociais privados ampliaram consideravelmente suas iniciativas online, em especial nas mídias sociais, em comparação com formas mais tradicionais, como imprensa e publicidade paga.

Figura 37 | Meios de comunicação com o público

	Total	FIE	FIC	Empresa
Site/ Blog	85%	90%	86%	69%
Informativo eletrônico	81%	86%	83%	62%
Redes Sociais	67%	66%	72%	46%
Informativo impresso	68%	66%	72%	54%
Imprensa	67%	62%	72%	54%
Publicidade	24%	24%	22%	31%
Não informou	3%	3%	3%	0%
Base amostra	100	29	58	13

Base amostra (100)

A utilização de mídias sociais tem 68% de frequência no conjunto de participantes do Censo, e essa aptidão só tende a crescer. Isso pode ser explicado pelo reconhecimento que essas redes têm como meios de mobilização, informação e relacionamento com grupos de interesse. Além do direcionamento de campanhas, essas plataformas tendem a ser mais assertivas no que tange o custo benefício da ação de comunicação.

Chama atenção, porém, o fato de que um quarto das empresas afirma não utilizar mídias sociais para se comunicar com seus públicos, o que pode revelar baixa pró-atividade para manter canais de comunicação de duas vias com diferentes públicos, no que concerne a suas práticas sociais.

De forma complementar ao trabalho nessas plataformas, institutos e fundações utilizam canais próprios de forma mais intensa que empresas. Sites, blogs e informativos eletrônicos, usuais para 80 a 90% de FICs e FIEs, ficam, no entanto, na casa dos 60% de empresas. Entende-se que, nesse sentido, muitas ações de comunicação do investimento social das empresas acabam diluídas no grosso da comunicação corporativa.

Figura 38 | Utilização de mídias sociais

	Total	FIC	FIE	Empresa
Redes sociais	68%	69%	69%	62%
Ferramentas de compartilhamento de vídeo	49%	66%	41%	46%
Microblogs	40%	52%	36%	31%
Blogs	40%	41%	41%	31%
Ferramentas de compartilhamento de foto	14%	17%	16%	0%
Outras	14%	14%	19%	15%
Não utiliza	15%	10%	16%	23%
Não informou	1%	0%	2%	0%
Base amostra	100	29	58	13

Base amostra (100)



## Dossiê especial: meio ambiente

**E**sta edição do **Censo GIFE** procurou conhecer, caracterizar e analisar com mais profundidade o investimento social destinado ao tema meio ambiente. A escolha do dossiê especial foi motivada principalmente pelo crescimento de 26% no número de investidores atuando na área entre 2007 e 2009, dado que gerou a percepção de que o tema estava ganhando espaço na Rede GIFE. As principais características encontradas no investimento em meio ambiente serão apresentadas e discutidas neste capítulo.

O preenchimento deste bloco da pesquisa foi facultativo, sendo a base total respondente de 36 associados. Destes, 33 atuam diretamente na área e três coordenam a atuação da mantenedora em meio ambiente. Para a análise apresentada neste dossiê, foram considerados apenas os dados das 33 organizações que atuam de forma prioritária e direta em meio ambiente.



**36 organizações atuam na área**, sendo quatro como área principal e 29 como uma área relevante



3 associados que não atuam na área coordenam, em nome da mantenedora, diretrizes e ações com **foco em temas do meio ambiente**



Há uma proporção semelhante entre projetos próprios e de financiamento das ações de terceiros, sendo que **ONGs figuram como principais beneficiários** e parceiros



**Educação ambiental** e **reciclagem** são as principais atividades

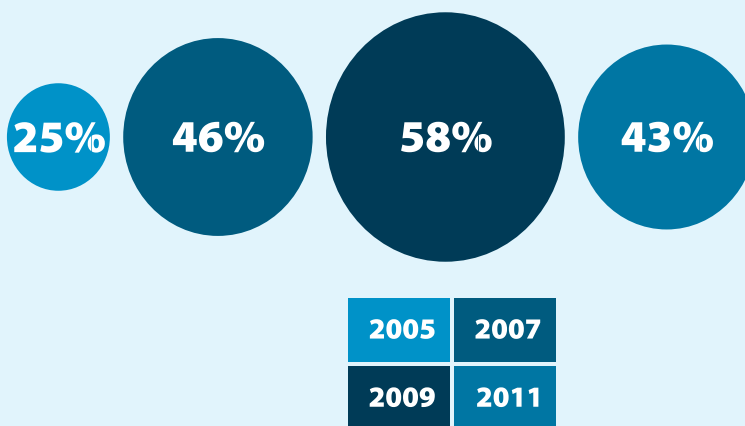
## Caracterização do investimento com foco em meio ambiente

**Entre 2009 e 2011** houve uma queda percentual no número de organizações que atuam em meio ambiente, invertendo um histórico de crescimento que era constante desde 2005. Em 2011, esse percentual chegou a ser menor do que em 2007, conforme apresentado na Figura 39.

Esta oscilação pode estar relacionada a uma tendência de aumento dos investimentos no período de preparação e convocação da sociedade para a Rio+20, e um possível afastamento do tema após o encontro. Nesse contexto, considera-se que a Conferência da ONU influenciou mais a gestão ambiental dos negócios das empresas do que o investimento social em prol do meio ambiente.

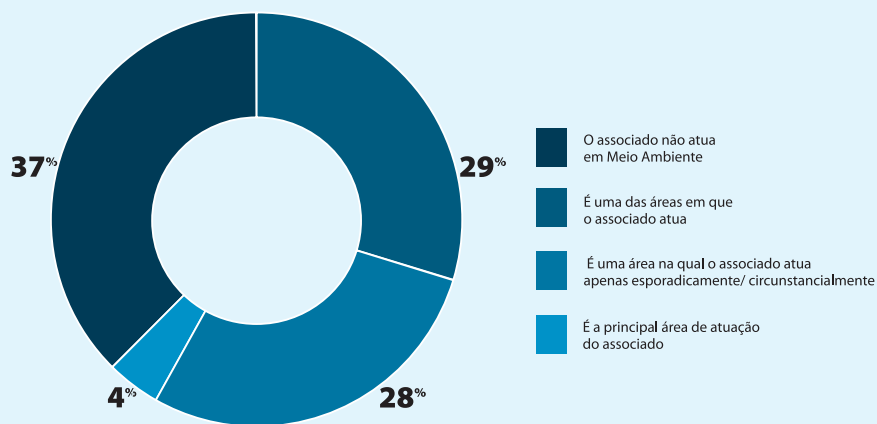
A discussão do código florestal e a falta de avanço nas negociações governamentais nas conferências do clima também podem ajudar a compor um quadro de frustração e desestímulo ao investimento em meio ambiente. Em especial os resultados da Conferência de Copenhague (COP – 15) de 2009, que sinalizaram o congelamento das negociações internacionais podem ter sido decisivas na queda no número de investidores em meio ambiente apontada pelo Censo.

Figura 39 | **Atuação em meio ambiente | variação entre 2005 e 2011**



Base amostra 2005 (91), 2007 (80), 2009 (102) 2 2011 (100)

Figura 40 | **Atuação em meio ambiente**



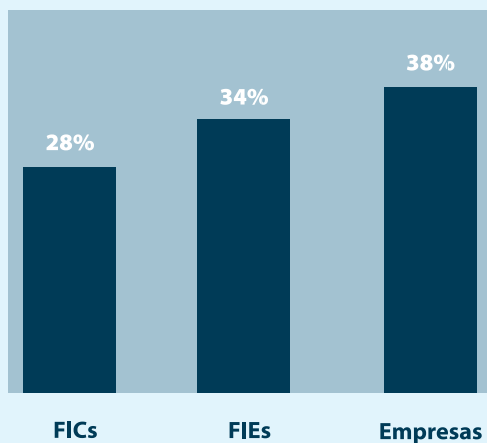
Base amostra (33)

Considerando toda a base de respondentes do Censo, apenas 4% têm meio ambiente como área de atuação prioritária. A maior parte deles (57%) atua de forma esporádica ou considera o tema como relevante. Dessa forma, entende-se que não se trata de uma agenda prioritária para as organizações que responderam o Censo.

Conforme apresenta a Figura 41, é expressivamente maior a proporção de empresas, fundações e associações empresariais que atuam em meio ambiente do que a das não empresariais. Este resultado sugere que a opção pelo investimento no tema pode estar vinculada a impactos gerados pela operação da mantenedora, ações de *compliance* e/ou diligência por licença de operação.

O investimento em projetos ambientais para atendimento à legislação descaracteriza o investimento social, pois deixa de ser um investimento voluntário. No entanto, se a atuação estiver alinhada ao negócio da empresa ou da mantenedora, pode-se operar em uma situação de ganha-ganha, em que o investimento social pode ser entendido como um agregador. Desde que com boa fundamentação e transparência, atuar de forma alinhada ao negócio não tira a qualidade da atuação e pode gerar mais compromisso da mantenedora com o investimento.

Figura 41 | **Atuação em meio ambiente por tipo de investidor**



Base amostra (33)

O Censo procurou também identificar a natureza dos programas mais expressivos em cada instituição respondente. Entre os mais citados por toda a amostra de respondentes, 26 são desenvolvidos dentro do tema de meio ambiente, por 17 organizações.



**12** organizações têm apenas um programa relevante em meio ambiente



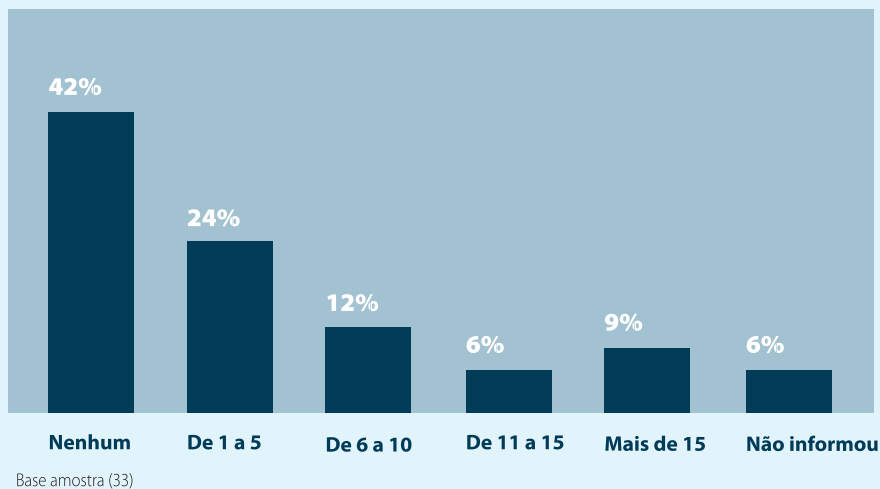
**1** organização tem dois programas relevantes

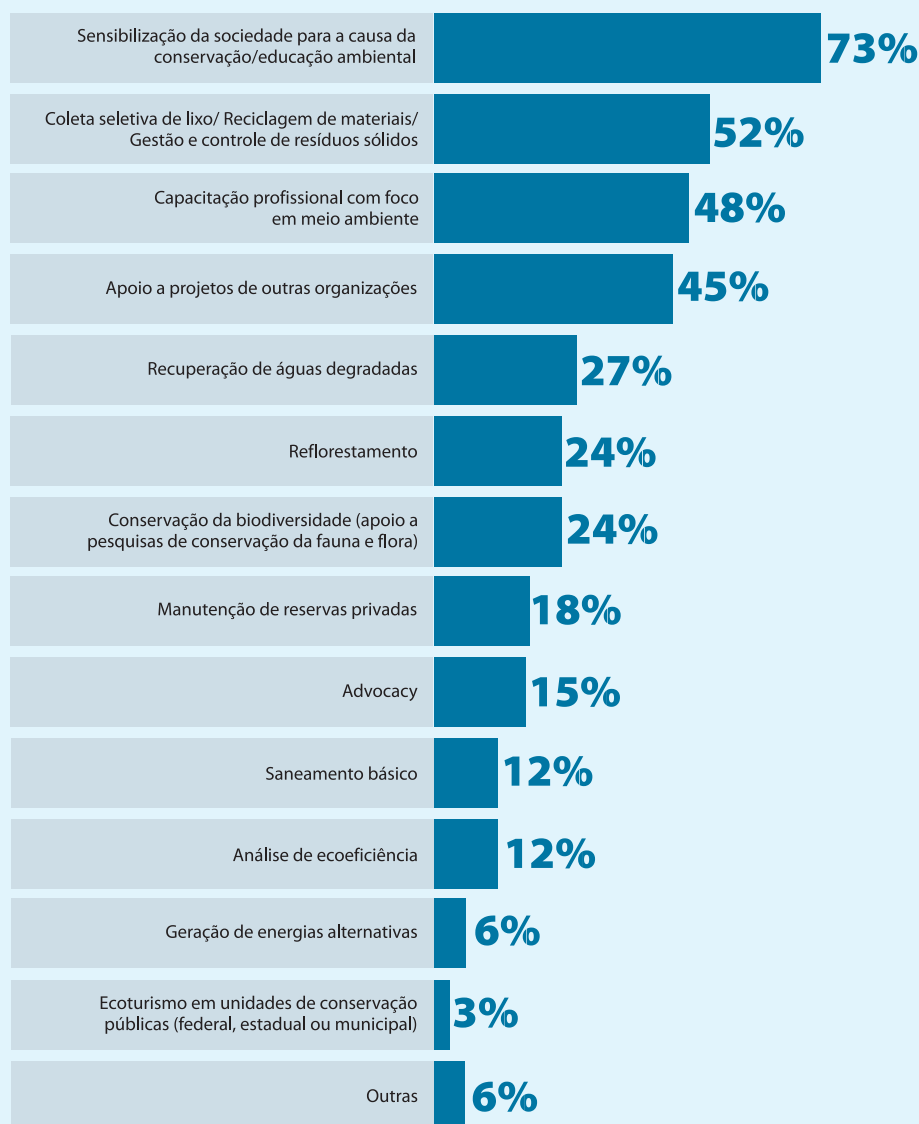


**4** organizações têm três programas relevantes





**Figura 44 | Colaboradores dedicados exclusivamente ao meio ambiente**

**Figura 45 | Temáticas em meio ambiente**


**Figura 46 | Atividades em meio ambiente**


Base amostra (33)

As Figuras 45 e 46 indicam uma tendência à priorização de ações de educação e sensibilização ambiental – com o envolvimento de 73% dos respondentes. Este resultado parece revelar uma tendência a abordar o tema meio ambiente pelo viés da Educação, área mais habitual entre institutos e fundações. Entretanto, seria necessária uma investigação mais apurada acerca da extensão em que tais programas propiciam um resultado relevante em conscientização e mudança de atitude frente aos desafios ambientais.

A amostra resultante da análise temática por tipo de investidor permite constatar que as ações das empresas para influenciar políticas públicas são mais extensas que a dos institutos e fundações, sejam eles empresariais ou não. Mesmo tratando-se de uma amostra não representativa da realidade brasileira, este dado leva a uma reflexão sobre em que medida institutos e fundações poderiam e deveriam assumir mais este papel.

Chama atenção também o acentuado investimento em questões ligadas a resíduos, que possivelmente está relacionado com a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

Ainda sobre as temáticas apontadas, percebe-se que o olhar sobre o meio ambiente continua proporcionando uma leitura tradicional: lixo, reciclagem, manejo e conservação. O investimento em temas mais urbanos pode estar associado à localização dos públicos de interesse dos investidores sociais. Considerando apenas as organizações de origem empresarial, a lógica de investimento em meio ambiente pode estar, de alguma forma, alinhada ao negócio da empresa respondente ou da mantenedora.

Algumas atividades em meio ambiente são desafiadoras. Por exemplo, ações de *advocacy* são complexas e requerem conhecimento sobre o campo; ações de saneamento ou de proteção de reservas são extremamente dispendiosas. Os baixos percentuais de investidores que têm estas atividades como estratégia de atuação confirmam o desafio: apenas 15% têm ações de *advocacy* e 12% trabalham com saneamento básico. Muitas dessas atividades precisam de investimento de longo prazo, consistente e sistemático.

Assim, os dados do Censo sobre o investimento em meio ambiente mostram algumas fragilidades nesta atuação específica. O tema não parece ser prioridade para a maioria das organizações que responderam a pesquisa e se restringe a algumas temáticas. Portanto, além de mais atores e recursos, a atuação na área precisa ganhar maior abrangência.



## Tendências e a Visão ISP 2020

A **Visão ISP 2020** foi construída pelo GIFE em consulta a sua rede de associados entre maio de 2009 e abril de 2010, e lançada publicamente em 2010 durante o 6º Congresso GIFE sobre investimento social, no Rio de Janeiro. O objetivo da Visão consistiu em apontar as tendências e construir um cenário para o setor de investimento social, olhando para os dez anos seguintes. Esse processo teve o intuito de pautar a atuação do GIFE e também contribuir para a elaboração do planejamento estratégico de associados e outras organizações que atuam no setor.

O Censo se tornou a principal ferramenta de monitoramento da Visão ISP 2020 e traz informações significativas para avaliar os avanços e as áreas que demandam maior atenção. A seguir, serão apresentadas análises dos resultados obtidos em 2011-2012 e tendências identificadas a partir dos três eixos da Visão.

### a) A Visão ISP 2020

O resultado deste processo participativo liderado pelo GIFE foi a construção do mapa da Visão ISP 2020, baseada em três eixos, conforme apresentado no Quadro 3: (1) relevância e legitimidade, (2) abrangência do investimento e (3) diversidade de investidores. A Visão propõe a construção de um setor de investimento social relevante e legítimo, que abranja diversos temas, regiões e públicos, e seja formado por um conjunto sustentável e diversificado de investidores.

Quadro 3 | Visão ISP 2020

Eixo 1	Eixo 2	Eixo 3
<b>Relevância e legitimidade</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gestão</li><li>• Governança</li><li>• Articulação</li><li>• Impacto</li><li>• Comunicação</li></ul>	<b>Abrangência</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Temática</li><li>• Geográfica</li><li>• Populacional</li><li>• Forma de atuação</li><li>• Estratégia de ação</li></ul>	<b>Diversidade de investidores</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Empresarial</li><li>• Familiar</li><li>• Comunitário</li><li>• Independente</li><li>• Individual</li></ul>

Ambiente regulatório e econômico do Terceiro Setor

## b) Eixo 1 – Relevância e Legitimidade

É fundamental para a atuação dos investidores sociais privados que suas ações tenham legitimidade social, que não estejam dissociadas das demandas efetivas da sociedade, e sejam reconhecidas como relevantes pelos diversos públicos envolvidos e pela sociedade em geral.

**O volume de investimento** talvez seja um dos principais indicadores de relevância do investimento social. A série histórica do Censo mostra que, após uma redução de 5% no volume investido entre 2008 e 2009, a destinação de recursos empreendida pelos membros da rede GIFE retomou o crescimento positivo em 2010. Apesar de indicarem que a crise financeira de 2008 não teve impacto significativo no investimento social, os dados apontam para uma tendência de estabilização no volume dessa destinação. Entre 2010 e 2011, o crescimento nominal foi de 9,2%. Mas se considerada a inflação de 5,9% para o período, o crescimento real foi de apenas 3,1%. Para 2012, os dados apresentam uma previsão de crescimento nominal de 8,25% e um crescimento real de meros 1,6% (considerando inflação de 6,5% para o período). Em 2013, 49% dos respondentes afirmam que seu volume de investimento não deve ter variação significativa, reforçando a tendência percebida de estabilização.

Se considerarmos ainda o contexto mais amplo de crescimento da economia brasileira, podemos esperar que o investimento social apresente aumento mais acentuado, ampliando a sua participação na economia. Ao mesmo tempo em que há uma percepção de maior qualificação do investimento e maior centralidade do investimento social na atuação das empresas, o valor efetivamente investido não tem acompanhado essa tendência. Uma hipótese possível para compreender esse movimento poderia estar ligada ao fato de organizações estarem, crescentemente, desenvolvendo outras estratégias de atuação que não se limitam necessariamente ao aporte direto de recursos. Ao atentarmos, por exemplo, para organizações que apoiam governos locais no sentido de eles terem capacidade de acessar recursos federais, os investidores estariam aportando outro tipo de recurso para ampliar os investimentos numa determinada região, ainda que envolvendo recursos públicos. Poderíamos ainda considerar o papel dos investidores na sua capacidade de influenciar agendas políticas de interesse público, como é o caso de alguns atores privados que atuam no campo da educação.

Outro elemento central na construção da legitimidade é a transparência do investimento social, que extrapola a mera prestação de contas e deve ser encarada como o primeiro passo, incipiente. A transparência é uma importante ferramenta de diálogo que permite estreitar o relacionamento com os *stakeholders* e com a sociedade em geral. Os dados do Censo mostram que pouco mais da metade dos respondentes publica indicadores de impacto e resultados e/ou demonstrações contábeis e financeiras. Mostram ainda que quase 80% publicam relatório de atividades. Apesar dos altos percentuais de publicação declarados no Censo, um levantamento direto realizado pelo GIFE em maio de 2013 demonstrou que apenas 19% da Rede GIFE cumpre os três requisitos básicos de transparência, ou seja: publicam relatório de atividades, demonstrações contábeis e parecer de auditores independentes.

A partir desses dados, pode-se inferir que existe o entendimento da relevância da transparência, mas o discurso não condiz com a prática. Percebe-se que o nível geral de transparência do investimento social ainda é baixo, apesar de ser um fator crítico para a consolidação do setor. A publicação do relatório de atividades, das demonstrações contábeis e do parecer de auditores garante o mínimo de transparência necessária para se avançar nesse campo. Para isso, há que se compreender a transparência como importante ferramenta de comunicação e diálogo.

Os dados deste Censo confirmam, ainda, que outros fatores merecem mais atenção dos investidores sociais. Os resultados inerentes à avaliação indicam uma fragilidade conceitual e a necessidade de construir princípios básicos norteadores. O percentual acima do esperado (53%) de investidores que declaram realizar avaliação de impacto, por exemplo, é um forte indicativo de que não existe uma compreensão clara do que a avaliação de impacto significa. O GIFE acredita que a avaliação deve ser entendida como uma ferramenta de apoio à gestão, voltada ao aprendizado e à qualificação de sua atuação, e, por isso, deve ser integrada a outras ferramentas, como comunicação, planejamento estratégico e transparência. Os dados do Censo não permitem inferir se essa integração acontece nas organizações respondentes, mas percebe-se que persiste a demanda por um alinhamento conceitual e de princípios.

Os dados do Censo também reforçam uma característica do investimento social corporativo, de alinhamento entre o investimento social e o negócio. Mais da metade dos respondentes afirma que todo ou parte do seu investimento social está vinculado ao ramo de atividades da empresa ou da mantenedora. O alinhamento ao negócio pode ajudar na integração do investimento social às demais áreas da empresa, a qual passa a perceber mais valor nele. Mas empresas, fundações e institutos não podem esquecer que o investimento social tem um fim público. Isso quer dizer que, mesmo alinhado ao negócio e trazendo benefícios para a empresa em termos de imagem, reputação e licença para operar, o objetivo de transformação social deve estar evidente e transparente.

Todas as características e tendências apontadas influenciam o fortalecimento da relevância e legitimidade do setor. Por isso, devem ser consideradas pelas organizações e monitoradas nas próximas edições do Censo GIFE.

## c) Eixo 2 – Abrangência

Há uma tendência por parte do investimento social de concentrar-se em certas regiões e em áreas temáticas mais consensuais, deixando alguns temas e públicos descobertos. Para assegurar abrangência, é necessário ampliar a prática de doação e diversificar as estratégias de investimento.

**A abrangência do investimento** social pode contribuir para o fortalecimento de sua relevância e legitimidade. Ao definir estratégia de atuação, o investidor social deve considerar as lacunas do setor, pois um setor de investimento social abrangente cobre temas, públicos e regiões diversas e compreende seu papel como financiador da sociedade civil.

No Brasil, o investidor social é caracterizado por executar seus próprios projetos ou programas, seja com equipe própria ou com terceiros contratados para este fim. Os dados do Censo, dando conta de que 29% dos recursos são doados e 55% são executados, confirmam esse perfil. Porém, em comparação com os dados do Censo anterior, de 2009, o percentual de recursos doados cresceu de 19% para 29%. Seria precipitado afirmar que há uma tendência ao equilíbrio no volume de recursos doados e operados diretamente pelos membros da Rede GIFE. O percentual de doação pode ocultar a existência de alguns grandes investidores que destinam somas expressivas para esse fim – embora não configure necessariamente uma tendência do setor. Ainda assim, a movimentação indica que o papel dos investidores sociais como financiadores de organizações da sociedade civil está em pauta.

Os dados do Censo sobre área de atuação indicam três movimentações relevantes. A primeira está no crescente número de investidores atuando em defesa de direitos, de 29% em 2009 para 42% em 2011. A mesma relação foi estabelecida apenas com as 67 organizações que responderam as duas edições da pesquisa. O resultado é um aumento menos acentuado no número de investidores atuando em defesa de direitos, de 23 para 26, o que indica que o crescimento da área é influenciado pela entrada de novos investidores na amostra da pesquisa.

O aumento de investidores sociais atuando em defesa de direitos gera algumas questões relativas às estratégias e ao perfil das ações desenvolvidas. Não existe consenso quanto ao que significa investir em defesa de direitos: parte do aumento no número de organizações dedicadas a este tema pode estar relacionada à compreensão de que a atuação em defesa de direitos permeia outras áreas, como educação e saúde. Esse aumento pode indicar, ainda, que há uma percepção mais positiva sobre a atuação no campo da defesa de direitos, que passaria a ter maior centralidade nas estratégias de investimento das organizações – ainda que a ação, na prática, continue incorporando tangencialmente a lógica de direitos.

É interessante notar que o aumento de investidores sociais atuando em defesa de direitos se dá principalmente em meio às organizações de origem empresarial. Em 2009, 27% dos respondentes empresariais declararam atuar em defesa de direitos. Em 2011, esse número subiu para 41%. Por ser um fenômeno observado nesta versão do Censo, seria precoce afirmar que se trata de uma tendência. Mas as próximas edições do Censo devem confirmar se esse crescimento no número de investidores atuando em defesa de direitos é um fato isolado ou representa uma tendência.

A segunda mudança que chama a atenção é o crescimento no número de investidores sociais atuando em desenvolvimento comunitário, que saltou de 44% em 2009 para 53% em 2011. Desenvolvimento comunitário pode ser entendido não apenas como uma área de atuação, mas também como uma forma de organização do investimento, o que poderia explicar esse fenômeno. Outro fator que pode contribuir para tal eclosão é a tendência de alinhamento ao negócio, principalmente em empresas ou fundações e institutos empresariais cujas mantenedoras atuam no setor industrial (construtoras, mineradoras, indústrias em geral). Estas tendem a estruturar seu investimento social seguindo a lógica de desenvolvimento das comunidades onde atuam, talvez como reflexo de um avanço no entendimento de sua função social e/ou pelo aumento da cobrança e pressões oriundas de seus *stakeholders*.



Assim como no caso do crescimento na defesa de direitos, ainda não se pode afirmar que o aumento de investidores atuando em desenvolvimento comunitário é uma tendência. Mas os dados apontam para uma possível mudança evolutiva na percepção dos investidores sobre o tema.

A terceira e última movimentação percebida a partir dos dados sobre área de atuação é a redução no número de investidores em meio ambiente, que tivera crescimento de 26% entre 2007 e 2009, chegando a representar 58% do total de respondentes em 2009, para, em 2011, ser reduzida a 43%. Essa redução pode estar vinculada à frustração com o desenrolar das conferências internacionais pelo clima, e também ser uma resposta a um aumento momentâneo deste investimento causado, no passado recente, pela proximidade da Rio+20. A queda no investimento em meio ambiente também pode ser resultante da transferência destes investimentos para áreas de sustentabilidade e gestão ambiental da empresa mantenedora.

Alguns dados do Censo reforçam características do investimento social no Brasil, que não apresentam mudanças significativas, se comparados aos resultados do último Censo. Por exemplo, educação continua sendo a principal área de atuação dos investidores sociais. Cultura, assim como apontado no Censo anterior, é a área que recebe mais recursos de incentivos fiscais. O Sudeste se mantém como a região onde atua a maior parte dos investidores. Espera-se que essas tendências se mantenham nos próximos anos.

## d) Eixo 3 – Diversidade de Investidores

Diante da predominância do investimento social corporativo, que tende a se concentrar em certos temas e está mais atrelado às variações da economia, é preciso fomentar a criação de organizações familiares e comunitárias e de grandes fundos independentes, fortalecendo a diversidade do setor de investimento social no Brasil.

**A diversidade de investidores** contribui para um investimento mais abrangente, que contemple diferentes temas, regiões, beneficiários e formas de atuação. Portanto, o fomento de um setor de investimento social mais diverso se faz necessário. Os dados do Censo GIFE 2011-2012 mostram que 71% dos respondentes são de origem empresarial – empresas ou institutos e fundações empresariais.

Apesar do predomínio do perfil corporativo estar presente em todas as edições do Censo e na própria Rede GIFE, a comparação dos dados de 2009 com os de 2011 indica um crescimento na representatividade de organizações não empresariais, de 14% para 29%. Esse crescimento se deu principalmente em função do aumento no número de fundações e institutos independentes e familiares na Rede GIFE. Na edição anterior do Censo GIFE (2009), as organizações independentes representavam 8% do total de respondentes, enquanto que, na atual (2011), respondem por 18%. As familiares, que antes correspondiam a 3%, passaram a 8% do total de respondentes.

O investimento social de origem empresarial tem características específicas e algumas limitações. As definições de área de atuação, público alvo, local de atuação e estratégia de investimento podem ser motivadas por preferências pessoais dos acionistas ou executivos, por demandas da sociedade ou pela natureza e localização do negócio, o que equivale a afirmar que as decisões de investimento costumam ser vinculadas à estratégia geral da empresa ou da mantenedora, muitas vezes orientadas para a construção da imagem e reputação corporativas, o que pode restringir o campo de atuação dessas organizações.

Já as organizações familiares e independentes, que têm crescido em número e importância no Brasil, guardam características e motivações diferentes. Em geral, as fundações e institutos familiares procuram deixar um legado: sendo assim, a escolha da área em que vão atuar tem componentes emocionais e pessoais muito fortes. Já as independentes têm mais autonomia e flexibilidade para definir sua área e forma de atuação. Educação é um tema importante para as familiares, as quais concentram seus esforços na região Sudeste, em especial em São Paulo. As independentes, por sua vez, optam com frequência por temas mais diversos, tendem a doar recursos em vez de executar seus próprios projetos e abrangem outras regiões. O crescimento no número de organizações familiares e independentes no Brasil contribui para a diversificação e para o avanço do investimento social rumo à Visão ISP 2020. A tendência apontada pelos dados do Censo é de aumento no número de organizações não empresariais, ainda que o investimento social permaneça predominantemente corporativo, característica marcante do investimento social brasileiro.

**Associados GIFE | Julho de 2013**

Aldeias Infantis SOS	Fundação Maria Cecília Souto Vidigal
Bahia Mineração	Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho
Banco Bradesco	Fundação Nestlé Brasil
Banco J.P.Morgan	Fundação Odebrecht
BASF	Fundação Orsa
BG Brasil	Fundação Otacílio Coser
BrazilFoundation	Fundação Ponto Frio
Carrefour	Fundação Projeto Pescar
CCR	Fundação Roberto Marinho
ChildFund Brasil - Fundo para Crianças	Fundação Romi
Childhood Brasil	Fundação Semear
Editora FTD	Fundação Telefônica
Fundação Abrinq	Fundação Tide Setubal
Fundação Alphaville	Fundação Vale
Fundação Amazonas Sustentável	Fundação Victor Civita
Fundação André Maggi	Fundação Volkswagen
Fundação Aperam Acesita	Gerdau
Fundação ArcelorMittal Brasil	Grupo ABC de Comunicação
Fundação Avina	Grupo RBS
Fundação Banco do Brasil	IAMAR
Fundação Bradesco	IBM Brasil
Fundação Bunge	IMPAES
Fundação Cargill	Inspirare
Fundação Carlos Chagas	Instituto 3M
Fundação CSN	Instituto ABCD
Fundação Educar DPaschoal	Instituto Abramundo
Fundação FEAC	Instituto Alana
Fundação Ford	Instituto Alcoa
Fundação Grupo Boticário	Instituto Algar
Fundação lochpe	Instituto Arcor Brasil
Fundação Itaú Social	Instituto Asas
Fundação Jaime Câmara	Instituto Avon
Fundação John Deere	Instituto Ayrton Senna
Fundação José Carvalho	Instituto Azzi
Fundação José Silveira	Instituto BM&FBovespa
Fundação Lemann	Instituto BRF



Instituto C&A  
Instituto Camargo Corrêa  
Instituto Ceagro  
Instituto Claro  
Instituto Coca Cola Brasil  
Instituto Credit Suisse Hedging-Griffo  
Instituto Criança é Vida  
Instituto Cyrela  
Instituto de Cidadania Empresarial  
Instituto Desiderata  
Instituto Ecofuturo  
Instituto Elisabetha Randon  
Instituto Embraer  
Instituto Estre  
Instituto Eurofarma  
Instituto Grupo Boticário  
Instituto Grupo Pão de Açúcar  
Instituto Holcim  
Instituto HSBC Solidariedade  
Instituto Invepar  
Instituto Itaú Cultural  
Instituto JAMA  
Instituto Jatobás  
Instituto Julio Simões  
Instituto Lina Galvani  
Instituto Lojas Renner  
Instituto Marquês de Salamanca  
Instituto Natura  
Instituto Nextel  
Instituto Paulo Montenegro  
Instituto Pepsico  
Instituto Razão Social  
Instituto Renault  
Instituto Robert Bosch  
Instituto Rogério Steinberg  
Instituto Ronald McDonald  
Instituto Sabin  
Instituto Social Sotreq  
Instituto Souza Cruz  
Instituto Synthesis

Instituto Unibanco  
Instituto Vonpar  
Instituto Votorantim  
Instituto Wal-Mart  
Intel  
ISMART  
Microsoft  
Monsanto  
NET  
Núcleo Oikos  
Oi Futuro  
Parceiros da Educação  
Petrobras  
Pinheiro Neto Advogados  
Promon  
ProUnim - Unimed Cuiabá  
Santander  
SAP Brasil  
Serasa Experian  
TIM Brasil  
TNT  
TV Globo  
United Way Brasil







# Censo **GIFE** 11 > 12

O **Censo GIFE 2011-2012** traz a análise e interpretação que o GIFE faz dos principais resultados da pesquisa. Desenvolvido com o apoio técnico do Instituto Paulo Montenegro e IBOPE CONECTA, e com patrocínio do Banco Bradesco, o Censo apresenta um retrato do investimento social no Brasil e as principais tendências identificadas para o setor. A sexta edição da pesquisa contém ainda um estudo específico sobre o investimento em meio ambiente.

## REALIZAÇÃO



## PARCERIA TÉCNICA



## PATROCÍNIO

