



CENSO

GIFE

2018

 GIFE

PELO IMPACTO DO INVESTIMENTO SOCIAL

CENSO 20
GIFE 18

São Paulo
2019

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

F387c Ferreti, Michelle.
Censo GIFE 2018 / Michelle Ferreti, Marina Barros; organizadora
Graziela Santiago. – São Paulo, SP: GIFE, 2019.
160 p. : 19 x 26 cm

ISBN 978-85-88462-42-7

1. Empresas – Aspectos sociais. 2. Grupo de Institutos,
Fundações e Empresas. 3. Pesquisa quantitativa.
4. Responsabilidade social da empresa. 5. Terceiro setor
(Organizações). I. Barros, Marina. II. Santiago, Graziela. III. Título.

CDD 361.760981

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

1ª reimpressão



Este material é disponibilizado sob a licença Creative Commons Atribuição Não Comercial 4.0 Internacional.
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

© 2019 GIFE -
Grupo de Institutos
Fundações e Empresas

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



APOIO:



Instituto C&A



GIFE

CONSELHO DE GOVERNANÇA

Americo Mattar – Fundação Telefônica Vivo
Atila Roque – Fundação Ford
Fábio Deboni – Instituto Sabin
Giuliana Ortega – Instituto C&A
Guilherme Coelho – Instituto República
Inês Lafer – Fundação Betty e Jacob Lafer
Leandro Pinheiro – Fundação Feac
Luis Fernando Guggenberger – Instituto Vedacit
Maria Alice Setubal – Fundação Tide Setubal (Presidente)
Maria de Lourdes Nunes – Fundação Grupo Boticário
Mônica Pinto – Fundação Roberto Marinho
Virgílio Viana – Fundação Amazonas Sustentável

CONSELHO FISCAL

Andrea dos Santos Regina – Serasa Experian
Cibele Demetrio Zdradek – Instituto Grupo Boticário
Odair Barros da Silva – Fundação Telefônica Vivo

SECRETÁRIO - GERAL

José Marcelo Zacchi

EXPEDIENTE

Coordenação: Graziela Santiago
Supervisão: José Marcelo Zacchi, Erika Sanchez Saez e Gustavo Bernardino
Parceiro técnico: Ana Lúcia D'Império Lima (Conhecimento Social)
Redação: Michelle Ferreti e Marina Barros (Uaná Consultoria e Assessoria)
Apoio de redação: Clara Carolina de Sá (Uaná Consultoria e Assessoria)
Processamento de dados: XTab Processamento de Dados
Apoio técnico: Larissa Laviano de Souza
Apoio de pesquisa: Carolina Magosso
Projeto gráfico e diagramação: Gabriel Calou e Carolina Scorsato
Revisão: Gleice Regina Guerra e Thais Spiezzi Rinaldi
Impressão: Max Editora e Impressões

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a toda a equipe GIFE pela cooperação durante o processo de elaboração e lançamento do Censo.

Agradecemos aos parceiros que colaboraram na revisão do questionário: Graciela Hopstein, Fábio Deboni, Celia Cruz, Patrícia Lacerda, Fábio Riserio, Paula Perim e Carolina Pasquali.

Agradecemos à equipe da pesquisa Benchmarking do Investimento Social Corporativo (BISC) pela parceria: Anna Peliano, Patrícia Loyola e Hugo Pedro Guornik de Oliveira.

Esta publicação não teria sido realizada sem a participação de todos os associados do GIFE que se prontificaram a responder ao questionário do Censo GIFE 2018.

Agradecemos a todos pela disposição e compromisso com o fortalecimento do campo do investimento social e da filantropia.

Agradecemos, especialmente, aos nossos apoiadores institucionais que tornaram possível a realização deste projeto: **Fundação Ford, Fundação Lemann, Instituto C&A e Instituto Unibanco.**

SUMÁRIO



Introdução

7



Como o investimento social se financia?

17

Volume de investimento

18

Fontes de recursos

23

Incentivos fiscais

33



Como o investimento social financia terceiros?

41

Forma de atuação do investimento social

42

Distribuição de recursos e repasses para terceiros

45

Relação com OSC

54



Como o investimento social está institucionalizado?

63

Governança e transparência

64

Gestão de pessoas

72

Alinhamento com o negócio

78

Gestão de riscos

82

Ambiente de atuação

87



Como o investimento social inova, inspira e contribui para a ação pública?

93

Sistematização de práticas e avaliação

94

Comunicação

110

Inovação e escala

117



Como o investimento social se articula com outros atores e atua de forma coletiva?

123

Parcerias e articulação em redes

124

Coinvestimento

129

Alinhamento com políticas públicas

132

Negócio de impacto social

139



Quais os focos de atuação do investimento social?

147

Temas e foco de atuação

148

Abrangência territorial

166

Tipos de beneficiários

167

Alinhamento aos ODS

168

Apêndices

173





INTRODUÇÃO

O QUE É O CENSO GIFE?

Realizado desde 2001 com periodicidade bienal, o Censo GIFE é uma das principais pesquisas sobre investimento social privado no Brasil, abordando uma grande variedade de temas e fornecendo um panorama sobre estrutura, formas de atuação e estratégias de empresas, institutos e fundações

empresariais, familiares e independentes que destinam recursos privados para projetos de finalidade pública.

Ao apresentar, a cada edição, as principais tendências e variações nas práticas do investimento social privado, o Censo GIFE presta suporte ao planejamento, estruturação e qualificação da

atuação das organizações e das empresas que desenvolvem ações de investimento social. Assim, aponta caminhos para fomentar o campo do investimento social e da filantropia no Brasil, buscando, simultaneamente, promover o fortalecimento da democracia e da participação social no país.



ORGANIZAÇÕES RESPONDERAM AO CENSO GIFE 2018,

o que corresponde a **84% da base associativa do GIFE** na época de coleta dos dados.

17

organizações a mais do que o Censo GIFE 2016.

536%

é o crescimento de associados do GIFE entre 1995 e 2019.

8%

de crescimento anual médio dos associados (1995-2019).

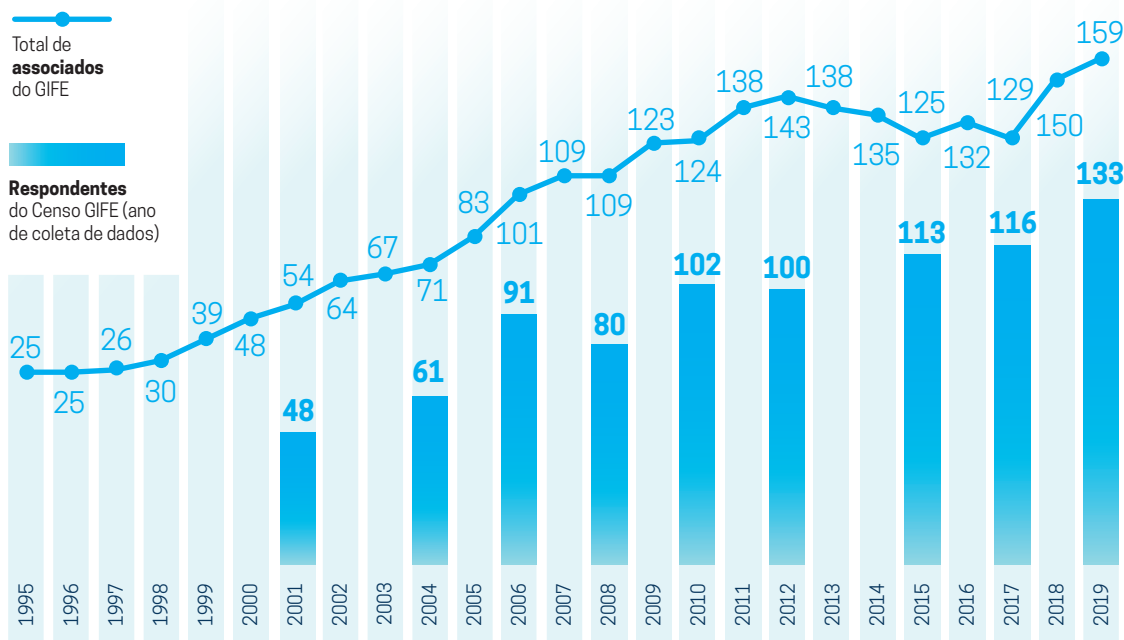
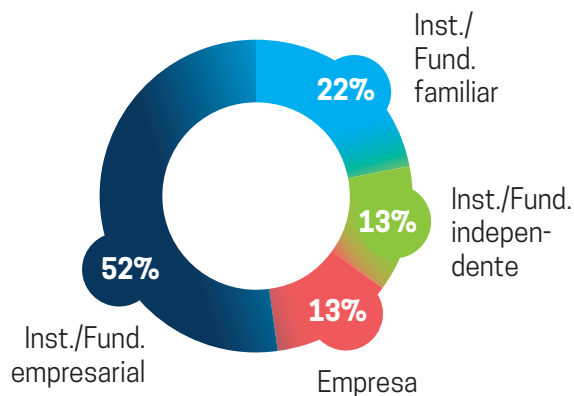


Gráfico 1: Associados GIFE e respondentes do Censo (1995 a 2019)

DIVERSIFICAÇÃO DE TIPOS DE INVESTIDORES

Gráfico 2: Organizações por tipo de investidor



TIPOS DE INSTITUTOS E FUNDAÇÕES



Empresarial: são organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas por uma empresa ou seus acionistas. São geridas por pessoas ligadas à empresa que as mantêm. Nem sempre todos esses fatores precisam existir simultaneamente, mas entendemos que, na maioria dos casos, a maior parte deles está presente.



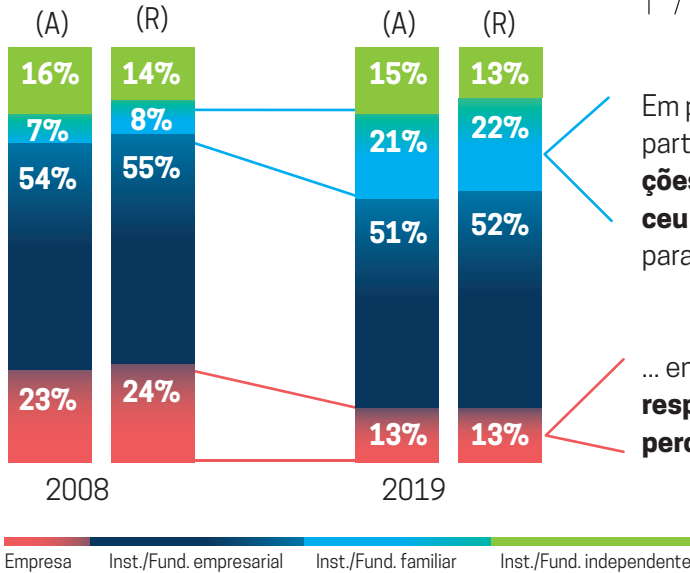
Familiar: são organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas por uma família ou indivíduo que também se envolve na sua governança e/ou gestão. São geridas de forma independente das empresas da família. Nem sempre todos esses fatores precisam existir simultaneamente, mas entendemos que, na maioria dos casos, a maior parte deles está presente.



Independente: são organizações sem fins lucrativos mantidas geralmente por mais de uma organização ou indivíduo. Sua gestão e/ou governança podem assumir diversos e variados formatos, não estando vinculadas institucionalmente a uma única empresa, família ou organização.



Gráfico 3: Associados e respondentes por tipo de investidor (2008 e 2019)



MAIS INSTITUTOS E FUNDAÇÕES FAMILIARES

Em pouco mais de uma década, a participação de **institutos e fundações familiares respondentes cresceu 14 pontos percentuais** (de 8% para 22%)...

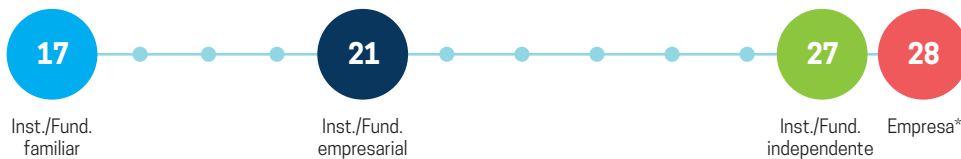
... enquanto a proporção de **empresas respondentes caiu 11 pontos percentuais** (de 24% para 13%)



IDADE DAS ORGANIZAÇÕES

22 ANOS É A MÉDIA DE IDADE DAS ORGANIZAÇÕES

Gráfico 4: Média de idade das organizações em anos



*Nota: Refere-se ao ano de início da atuação da empresa na área de investimento social.

QUAL A DIFERENÇA ENTRE ISP E OSC?

Investidores sociais privados (ISP) são organizações que praticam o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais, culturais e científicos de interesse público. Abrangem tanto organizações que captam recursos e os repassam para terceiros, como organizações que possuem recursos próprios e executam seus próprios projetos e/ou repassam recursos para terceiros. Incluem-se, nesse universo, empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou constituídos por famílias, comunidades ou indivíduos que protagonizam ações sociais que se diferenciam por: (a) sua preocupação com planejamento, monitoramento e avaliação dos projetos; (b) sua estratégia voltada para resultados sustentáveis de impacto e transformação social; (c) o envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação. Juridicamente os institutos e fundações se constituem como associações privadas e fundações privadas.

Organizações da sociedade civil (OSC)* são entidades nascidas da livre organização e participação social da população que desenvolvem ações de interesse público. As OSC tratam dos mais diversos temas e interesses, com variadas formas de atuação, financiamento e mobilização. São organizações de natureza privada, sem fins lucrativos, institucionalizadas, autoadministradas e de natureza voluntária, ou seja, constituídas livremente por qualquer grupo de pessoas, sem nenhum impedimento ou constrangimento legal. No Brasil, esses critérios correspondem a apenas três figuras jurídicas no novo Código Civil: associações privadas, fundações privadas e organizações religiosas. Ainda que todas as associações e fundações que praticam o investimento social privado sejam OSC, nem todas as OSC atuam como investidores sociais.

*Fonte: IPEA. **Mapa das organizações da sociedade civil.** Disponível em: <<https://mapaosc.ipea.gov.br/glossario.html>>. Acesso em: out. 2019.

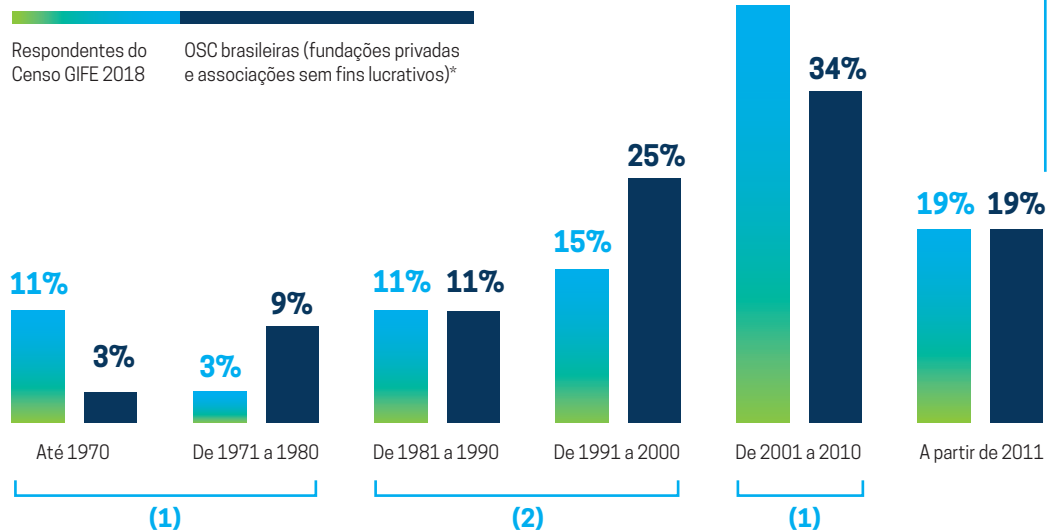


MAIORIA DOS INVESTIDORES SOCIAIS FUNDADA NO SÉCULO



A partir dos anos 2000, houve uma multiplicação de OSC no Brasil, já que cerca de metade (53%) das fundações privadas e associações sem fins lucrativos e 60% dos respondentes do Censo GIFE foram constituídos desde então.

Gráfico 5: OSC brasileiras e respondentes por ano de constituição



Os respondentes do Censo GIFE reúnem, proporcionalmente, mais organizações constituídas nos períodos até 1970 e de 2001 a 2010 **(1)**.

Já o conjunto das OSC brasileiras concentra uma parcela proporcionalmente maior de instituições fundadas entre 1971 e 2000 **(2)**.

*Fonte: IPEA. **Perfil das organizações da sociedade civil no Brasil**. IPEA: 2018, Brasília. 140p.

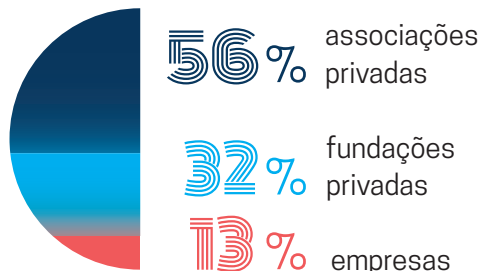




TÍTULOS, REGISTROS E CERTIFICADOS

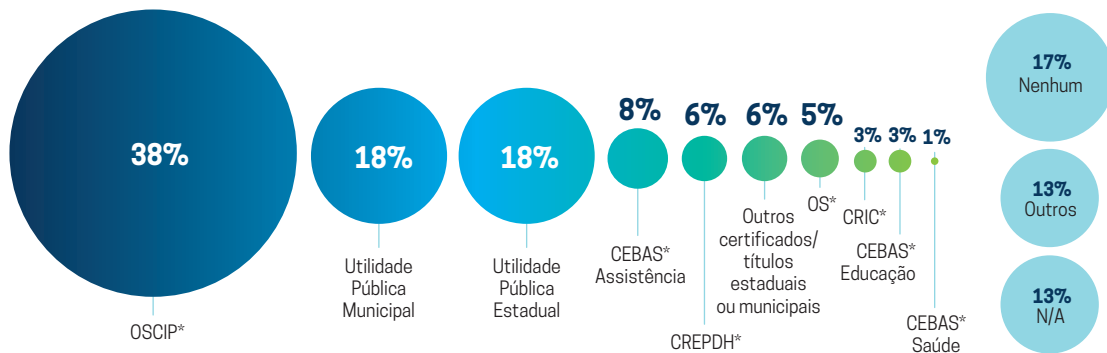
Os institutos e fundações podem ter natureza jurídica distinta, podendo ser classificados como associação ou fundação privada, que somam 88% dos respondentes do Censo GIFE 2018, sendo empresas as demais organizações.

Gráfico 6:
Organizações por forma jurídica



CERTIFICAÇÃO COMO OSCIP PREVALECE

Gráfico 7: Institutos e fundações por tipo de título, registro e certificado



*OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público; CEBAS - Certificado de Entidade Beneficente; OS - Organização Social; CREPDH - Certificado de Reconhecimento de Entidade Promotora dos Direitos Humanos; CRIC - Certificado de Reconhecimento de Instituição Cultural.

OBJETIVOS DOS TÍTULOS, REGISTROS E CERTIFICADOS



Regular as atividades desenvolvidas pelas organizações.



Operar como mecanismo de diferenciação entre entidades qualificadas em um regime jurídico específico e entidades comuns.



Padronizar o tratamento legal das entidades.

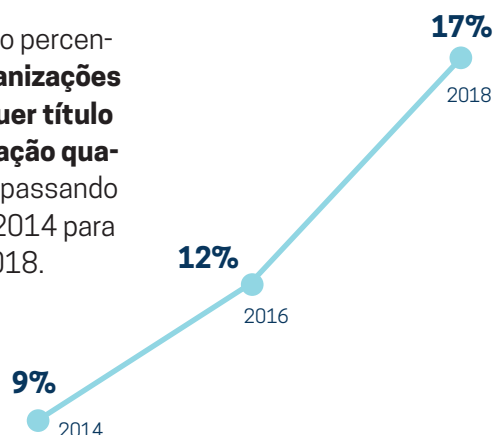


Uniformizar exigências específicas em relação a benefícios fiscais.

Fonte: FIGUEIRÊDO LOPES, Laís de; SANTOS, Bianca dos; ROLNIK XAVIER, Iara (orgs.). **Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil: a construção da agenda no governo federal – 2011 a 2014.** Brasília: Secretaria-Geral da Presidência da República, 2015.

ORGANIZAÇÕES SEM TÍTULOS OU CERTIFICAÇÕES DOBRAM EM QUATRO ANOS

Em 4 anos, o percentual de **organizações sem qualquer título ou certificação quase dobrou**, passando de 9% em 2014 para 17% em 2018.



Dentre institutos e fundações empresariais, mais da metade (52%) é reconhecida como organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP), proporção que cai para cerca de um terço (31%) dentre institutos e fundações familiares. Já dentre institutos e fundações independentes ou comunitárias, as certificações mais comuns são de utilidade pública estadual (50%) e municipal (44%).

Tabela 1: Organizações por tipo de título, registro e certificado e por tipo de investidor

| | Inst./Fund. empresarial | Inst./Fund. familiar | Inst./Fund. independente |
|---|-------------------------|----------------------|--------------------------|
| Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) | 52% | 31% | 33% |
| Utilidade Pública Municipal | 13% | 24% | 44% |
| Utilidade Pública Estadual | 14% | 17% | 50% |
| Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEBAS Assistência) | 4% | 7% | 28% |
| Certificado de Reconhecimento de Entidade Promotora dos Direitos Humanos (CREPDH) | 4% | 17% | 0% |
| Outros certificados ou títulos estaduais ou municipais (Ex.: Cadastro Único das Entidades Parceiras do Terceiro Setor - CENTS, Certificado de reconhecimento de entidade ambientalista) | 4% | 14% | 6% |
| Organização Social (OS) | 4% | 7% | 6% |
| Certificado de Reconhecimento de Instituição Cultural (CRIC) | 0% | 10% | 6% |
| Certificado de Entidade Beneficente de Educação (CEBAS Educação) | 3% | 7% | 0% |
| Certificado de Entidade Beneficente de Saúde (CEBAS Saúde) | 0% | 0% | 6% |
| Outros | 13% | 21% | 11% |
| Nenhum | 22% | 17% | 11% |







COMO O INVESTIMENTO SOCIAL SE FINANCIA?

Este capítulo lança um olhar sobre as múltiplas dimensões dos recursos financeiros utilizados pelos investidores sociais. Procura reconhecer e compreender sua composição, suas fontes de financiamento e suas oscilações diante da conjuntura nacional e internacional.

A primeira seção propõe uma análise do volume de investimentos sociais dos respondentes do Censo GIFE em uma perspectiva histórica e identifica como as expectativas das organizações vêm se comportando em relação ao futuro,

destacando diferenças e similitudes entre o orçamento dos distintos perfis de investidores sociais.

A seção seguinte aborda as principais fontes de financiamento dos respondentes do Censo GIFE 2018 e discorre sobre oportunidades e desafios relacionados a suas estratégias de captação de recursos.

Apresenta ainda uma avaliação das instâncias de decisão e dos critérios adotados por empresas mantenedoras para definir montantes anuais destinados à filantropia.

Por fim, a terceira parte coloca uma lupa sobre o uso de incentivos fiscais por investidores sociais privados, buscando mapear as potencialidades e os limites existentes para a utilização desse mecanismo para promover a cidadania e fortalecer a democracia no país.

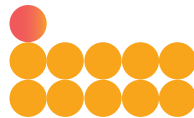


VOLUME DE INVESTIMENTO

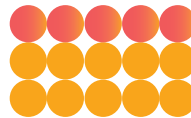
INVESTIMENTOS SOCIAIS SUPERAM ORÇAMENTO DE ALGUNS MINISTÉRIOS



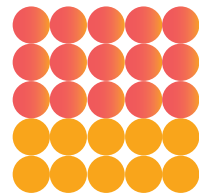
É o **montante total investido pelas organizações em 2018**. Isso corresponde, no mesmo período, a:



1,1X
o orçamento empenhado no **Ministério do Meio Ambiente;**



1,5X
o orçamento empenhado no **Ministério da Cultura;**



2,5X
o orçamento empenhado no **Ministério do Esporte.**



R\$ 3,59 bilhões é o valor de investimento total somando os valores coletados pelo Censo GIFE e pelo BISC, excluindo as organizações que responderam às duas pesquisas.

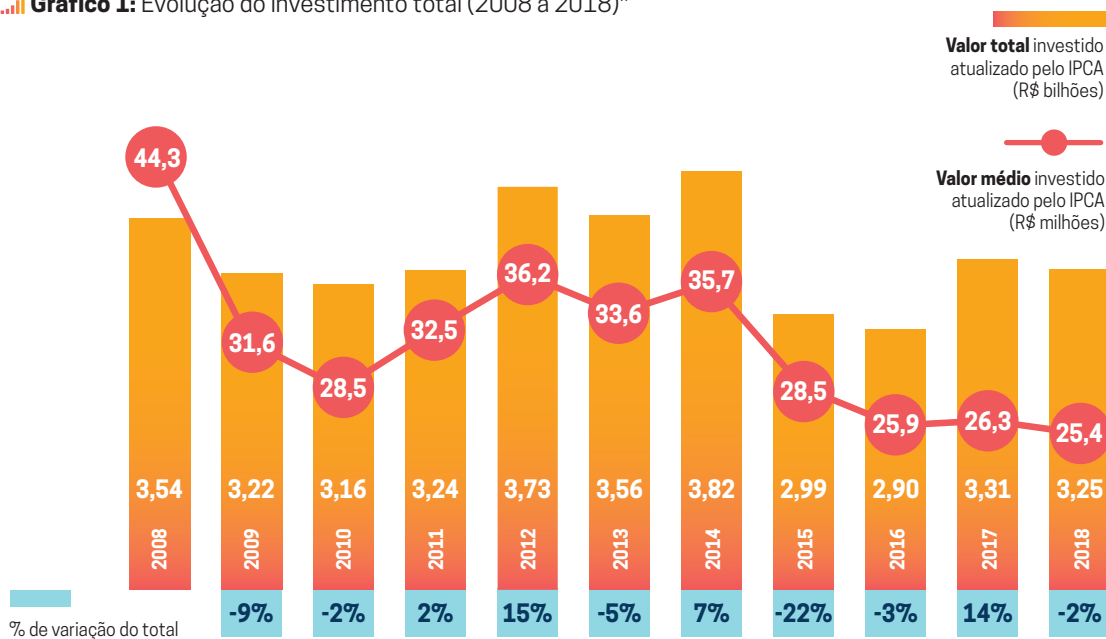
O Benchmarking do Investimento Social Corporativo (BISC) é uma pesquisa anual, realizada pela Comunitas, que traça parâmetros e comparações sobre o perfil do investimento social privado empresarial no Brasil. Saiba mais em: <https://bisc.org.br/>.

Tabela 1: Orçamento total empenhado por Ministério (2018)

| | Valor (R\$) | Posição em relação aos orçamentos dos demais ministérios |
|-----------------------------|-------------|--|
| Ministério do Meio Ambiente | 2,9 bilhões | 28º lugar |
| Ministério da Cultura | 2,1 bilhões | 31º lugar |
| Ministério do Esporte | 1,3 bilhões | 34º lugar |

Fonte: Valor orçamentário empenhado em 2018, disponível em: <https://www12.senado.leg.br/orcamento/sigabrasil/>.

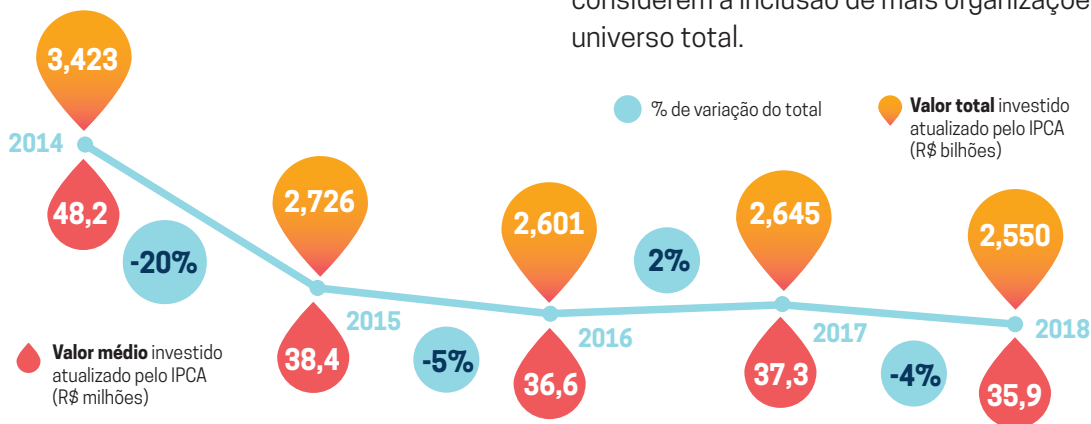
Gráfico 1: Evolução do investimento total (2008 a 2018)*



*Nota: Para empresas, o volume de investimento se refere, sempre, aos recursos da área que coordena o investimento social.

INVESTIMENTO SE CONSOLIDA MAS SOFRE IMPACTOS DA CONJUNTURA

Gráfico 2: Investimento total, considerada a amostra de 71 organizações que responderam de 2014 a 2018



A última década foi marcada por um contexto desafiador, em função dos efeitos da crise financeira internacional de 2008, somados a um cenário interno de instabilidade política e econômica nos anos mais recentes no Brasil. Apesar das oscilações decorrentes da conjuntura desfavorável, as organizações sustentaram **um volume total médio de investimentos da ordem de R\$ 3,3 bilhões nesse período** (valores atualizados pelo IPCA), sendo os anos de 2015 e 2016 os mais impactados, ainda que considerem a inclusão de mais organizações no universo total.

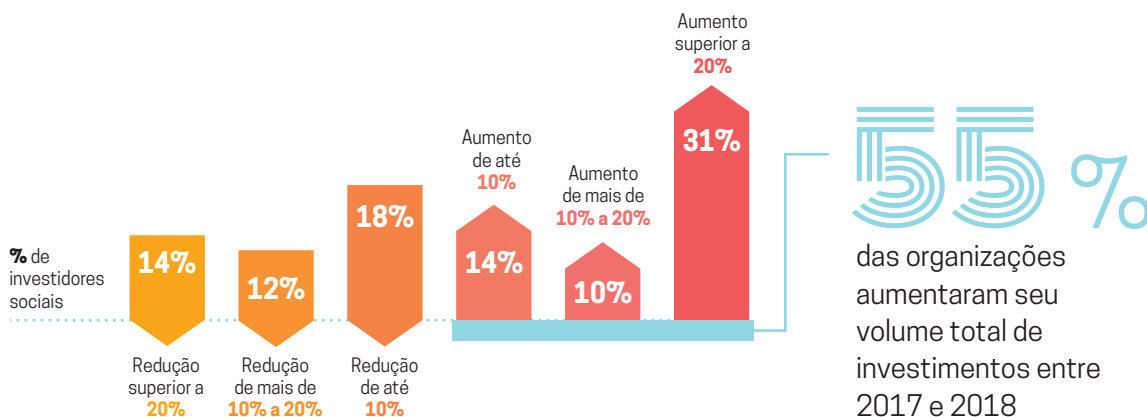
TENDÊNCIA DE ESTABILIZAÇÃO DO VOLUME DE INVESTIMENTO A PARTIR DE 2015

Se considerada a mesma amostra de organizações respondentes do Censo nos últimos cinco anos, ainda é possível constatar diminuição nos valores, com exceção de 2017, quando houve um leve incremento de 2%, o que indica uma redução real dos volumes de investimento e não apenas uma possível oscilação em decorrência da variação da amostra de respondentes nesse período.

Os números indicam que a redução mais significativa atingiu seu ápice entre 2014 e 2015, chegando a 20% no grupo de mesma amostra, seguida de uma desaceleração no ritmo da queda dos investimentos a partir de 2015, passando a 5% de 2015 para 2016. No período seguinte, houve um suave incremento de 2%, acompanhado de nova redução de 4% entre 2017 e 2018, tanto em termos de valor total como de valor médio investido, o que sugere uma **tendência de estabilização**.

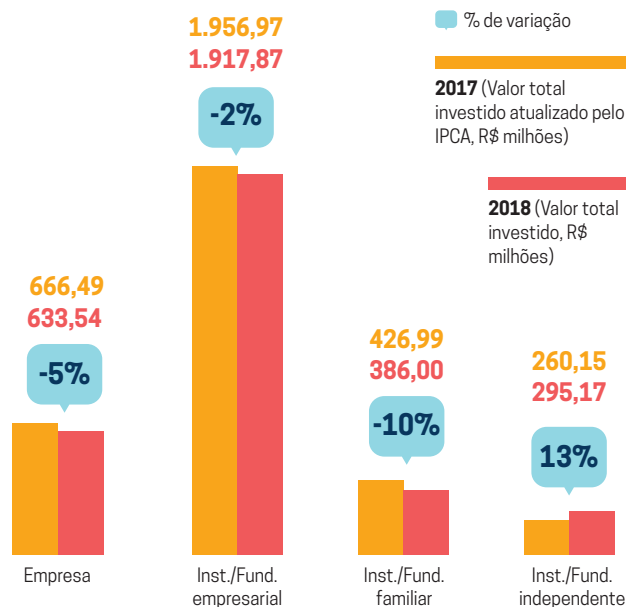
MAIOR PARTE DAS ORGANIZAÇÕES AMPLIA VOLUME DE INVESTIMENTO ENTRE 2017 E 2018

Gráfico 3: Organizações por variação no total investido (2017 e 2018)



A comparação individual do volume de investimento de 2018 de cada organização em relação ao ano de 2017 mostra que o valor investido aumentou em 55% dos casos. Porém, mesmo assim, houve uma leve queda no montante total nesse período, já que a parcela menor de respondentes que sofreu redução orçamentária agrupa organizações com maiores investimentos e representa, assim, um volume de recursos maior. Dessa forma, os cortes são mais significativos em termos de valores absolutos, o que acabou impactando a somatória final.

Gráfico 4: Investimento total por tipo de investidor (2017 e 2018)*



*Nota: Base considerando apenas as organizações que informaram volume de investimento nos dois anos, totalizando R\$ 3,2 bilhões.

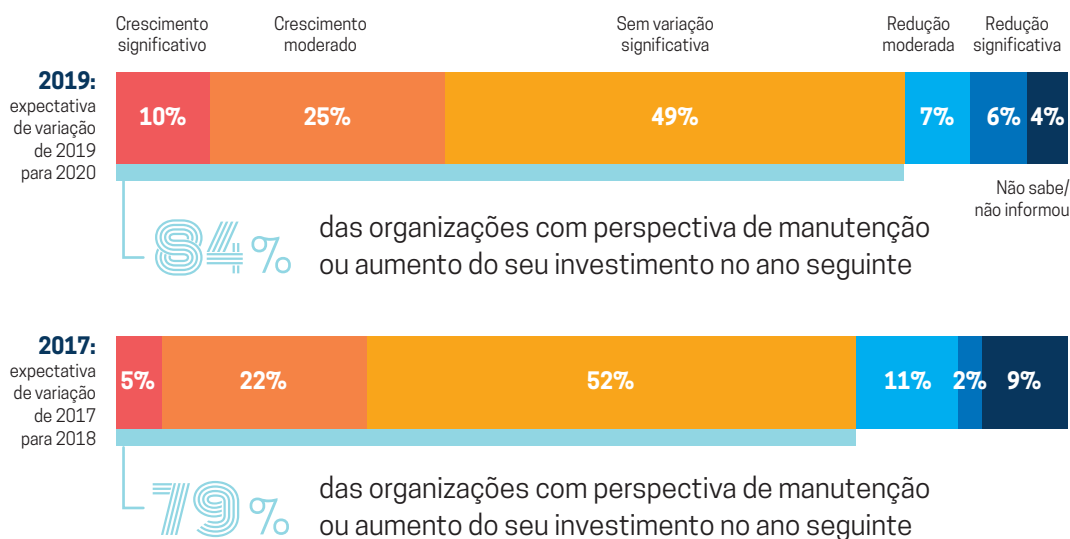
Investimentos de institutos e fundações independentes crescem, mas de empresas e institutos e fundações familiares diminuem

Observando-se o volume de investimento total por tipo de investidor entre 2017 e 2018, percebe-se que as empresas e os institutos e fundações familiares foram os que tiveram maiores reduções, enquanto os institutos e fundações independentes apresentaram crescimento.

OTIMISMO CRESCE LIGEIRAMENTE, MAS AINDA CONVIVE COM INCERTEZAS

As previsões dos respondentes em relação aos próximos anos apontam para uma perspectiva mais positiva se comparadas com as expectativas de anos anteriores. Em 2015, 73% das organizações esperavam o crescimento ou a manutenção de seus investimentos no próximo exercício. E, desde então, o otimismo em relação ao futuro vem aumentando. Apesar disso, passou de 2% para 6% a parcela de organizações que prevê redução significativa de seu investimento no exercício seguinte.

Gráfico 5: Organizações por expectativa de variação de volume de investimento no ano seguinte (2017 e 2019)



PATAMAR DE VOLUME DE INVESTIMENTOS É VARIADO

Em relação ao montante total investido, percebe-se uma ampla heterogeneidade entre os respondentes do Censo GIFE 2018. É possível encontrar representantes de todos os tipos de investidores sociais nas diferentes faixas de investimentos, exceto acima de R\$ 100 milhões, onde não constam institutos e fundações independentes, e no intervalo entre R\$ 50 e 100 milhões, no qual não há empresas.

Gráfico 6: Organizações por valor total investido

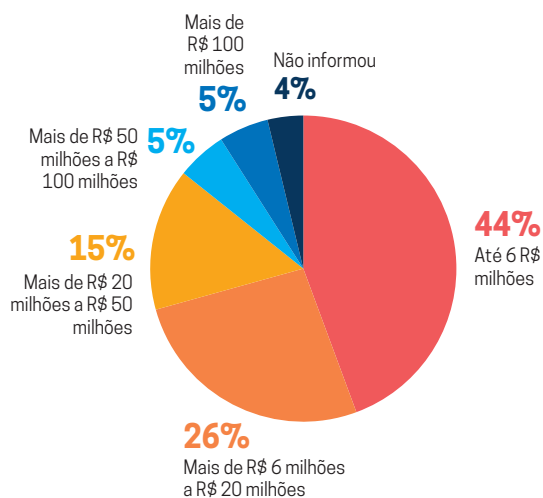
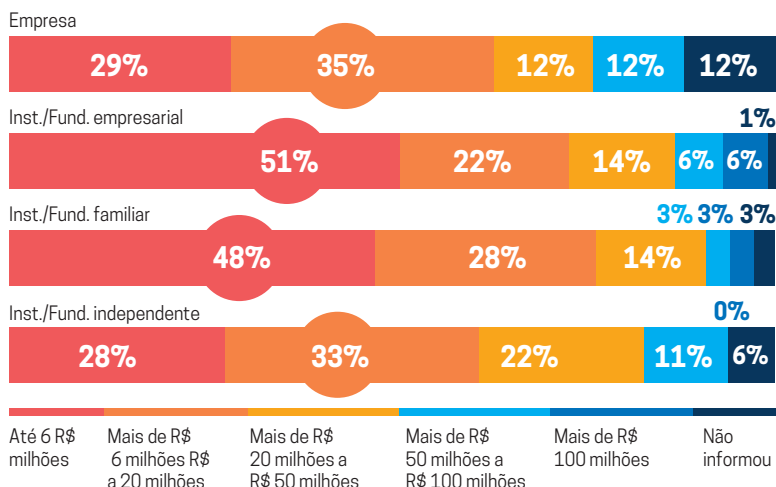


Gráfico 7: Organizações por faixa de volume de investimento e tipo de investidor



- Institutos e fundações empresariais e familiares investem mais na faixa até R\$ 6 milhões.
- Institutos e fundações independentes e empresas investem mais na faixa entre R\$ 6 e 20 milhões.

Tabela 2: Mediana e valor médio investido por tipo de investidor (2018)

| | Mediana (R\$) | Média (R\$) |
|--------------------------|---------------|--------------|
| Empresa | 10,3 milhões | 42,4 milhões |
| Inst./Fund. empresarial | 5,7 milhões | 28,3 milhões |
| Inst./Fund. familiar | 5,7 milhões | 14,1 milhões |
| Inst./Fund. independente | 10,5 milhões | 17,4 milhões |



FONTES DE RECURSOS

RECURSOS DE EMPRESAS MANTENEDORAS E OUTRAS PJ SÃO AS FONTES MAIS COMUNS

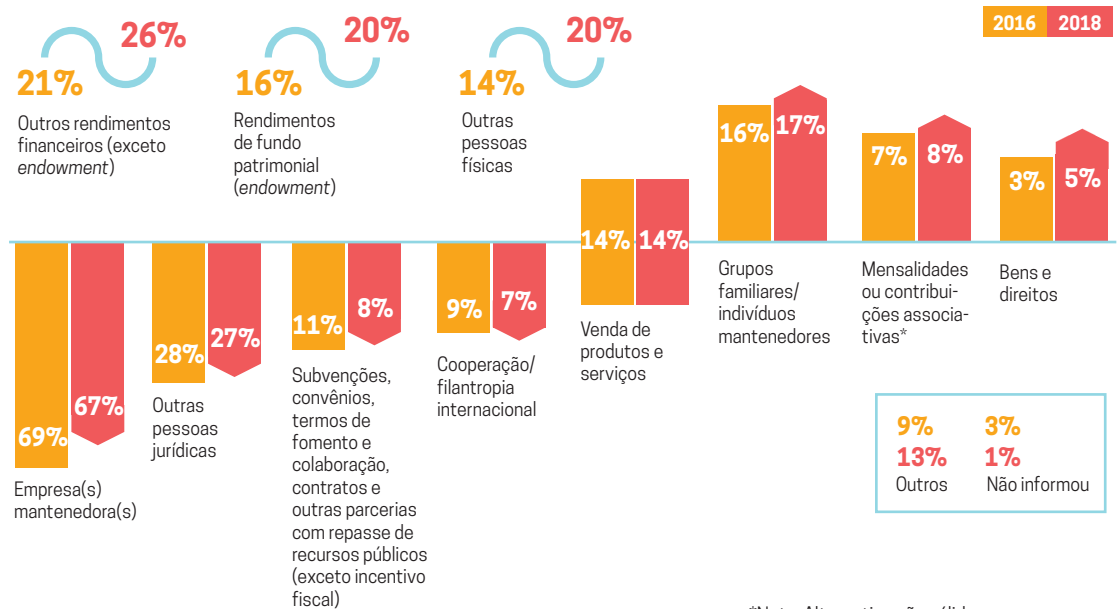
As empresas mantenedoras e a captação junto a outras pessoas jurídicas seguem entre as fontes de recursos mais acessadas pelos investidores sociais. No entanto, em relação a 2016, cresceu significativamente a proporção de organizações que contam com rendimentos financeiros (de 21% para 26%), receitas oriundas de fundo filantrópico/ patrimonial (de 16% para 20%), além de doações de pessoas físicas (de 14% para 20%).

O QUE SÃO FUNDOS FILANTRÓPICOS?

Os fundos filantrópicos, também conhecidos como fundos patrimoniais ou *endowments*, são uma ferramenta importante de financiamento da sociedade civil no Brasil. São formados a partir de um montante inicial – proveniente de uma doação de recursos ou bens – que é investido com o objetivo de financiar as atividades das organizações com seus rendimentos. Constituem-se, pois, como fonte de recurso de longo prazo capazes de tornar as organizações mais independentes da captação por projetos. Em geral, os fundos filantrópicos possuem regramentos próprios sobre a forma de utilização de seus recursos e sua estrutura de gestão, visando garantir que os rendimentos do fundo sejam aplicados apenas nas atividades finalísticas das OSC e que sejam geridos de forma a assegurar sua preservação e capitalização.

A Lei 13.800/2019, promulgada recentemente, estabeleceu um regime específico para estruturação de fundos patrimoniais, que pode ou não ser adotado pelas organizações privadas. Para os fundos estruturados no molde dessa lei, exige-se a criação de uma entidade própria para gestão dos recursos, que pode ser uma associação ou fundação. A lei também prevê parâmetros mínimos de governança e uma série de compromissos de transparência que devem ser adotados pelos fundos. A nova lei, no entanto, não traz instrumentos que incentivem as doações, o que poderia favorecer a atração de recursos privados para os fundos.

Gráfico 8: Organizações por tipos de fontes de recurso utilizadas (2016 e 2018)



*Nota: Alternativa não válida para empresas.



Proporção de investidores sociais que acessam rendimentos financeiros, receitas oriundas de fundo filantrópico/patrimonial e doações de pessoas físicas

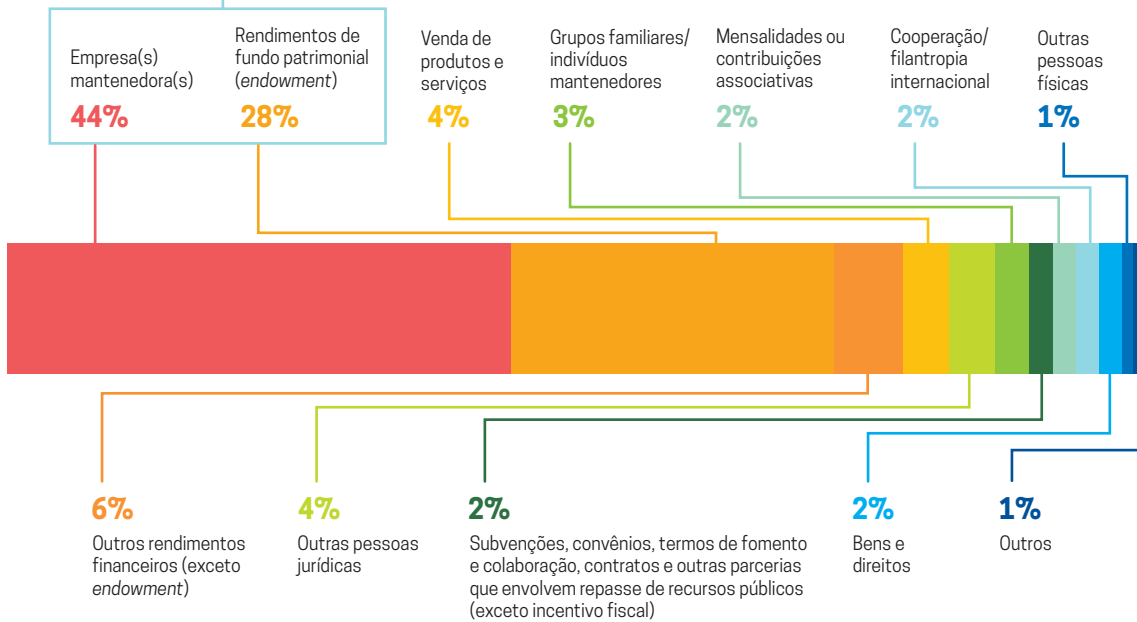
Em relação a quanto essas fontes representam do montante total de R\$ 3,25 bilhões investido pelas organizações em 2018, os rendimentos de fundos patrimoniais são os mais representativos (28%) depois dos repasses de empresas mantenedoras (44%). Outros rendimentos financeiros vêm em seguida, mas correspondem a apenas 6% do investimento total. Assim, é importante atentar para o fato de que, apesar de algumas fontes de recursos serem bastante utilizadas, elas podem ter menor relevância para as organizações em termos da composição de seu volume de investimento.



72%

DOS RECURSOS TOTAIS DOS INVESTIDORES SOCIAIS SÃO ADVINDOS DE EMPRESAS MANTENEDORAS E FUNDOS PATRIMONIAIS

...|| Gráfico 9: Investimento total por fontes de recursos



Esse padrão, contudo, apresenta variações conforme os diferentes tipos de investidores sociais. Ainda que os rendimentos provenientes de fundo patrimonial sejam a principal fonte de recursos para todos os tipos (exceto empresas), institu-

tos e fundações familiares dependem, em segundo lugar, da receita gerada a partir da venda de produtos e serviços (14%), enquanto institutos e fundações empresariais dispõem de repasses da empresa mantenedora (39%) em grau de

importância equivalente aos rendimentos provenientes de fundo patrimonial/ filantrópico (40%). Já institutos e fundações independentes sustentam 19% de seu volume de investimento com financiamento da cooperação internacional.

INSTITUTOS E FUNDAÇÕES FAMILIARES E INDEPENDENTES TÊM FONTES DE RECURSOS MAIS DIVERSIFICADAS

Tabela 3: Participação das fontes de recursos no volume de investimento total por tipo de investidor (2018)

| | Empresa | Inst./Fund. empresarial | Inst./Fund. familiar | Inst./Fund. independente |
|--|--------------|-------------------------|----------------------|--------------------------|
| Empresa(s) mantenedora(s) | 98,0% | 39,1% | 12,1% | 5,7% |
| Rendimentos de fundo patrimonial/filantrópico (<i>endowment</i>) | 0,0% | 39,7% | 20,7% | 26,0% |
| Outros rendimentos financeiros (exceto <i>endowment</i>) | 0,0% | 7,8% | 10,3% | 1,6% |
| Venda de produtos e serviços | 0,0% | 4,2% | 13,9% | 2,0% |
| Outras pessoas jurídicas | 0,1% | 4,1% | 7,4% | 9,8% |
| Grupos familiares/indivíduos mantenedores | 0,0% | 1,9% | 11,0% | 11,1% |
| Subvenções, convênios, termos de fomento e colaboração, contratos e outras parcerias que envolvem repasse de recursos públicos (exceto incentivo fiscal) | 0,0% | 1,5% | 4,3% | 8,3% |
| Mensalidades ou contribuições associativas | N/A | 0,4% | 12,4% | 1,7% |
| Cooperação/filantropia internacional | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 18,5% |
| Bens e direitos | 0,0% | 0,2% | 5,0% | 10,7% |
| Outras pessoas físicas | 1,9% | 0,2% | 2,1% | 3,7% |
| Outros | 0,0% | 1,0% | 0,4% | 0,5% |

■ 1ª fonte de recursos mais relevante

■ 2ª fonte de recursos mais relevante

Vale destacar que, quando se exclui do cálculo algumas poucas organizações com valores absolutos mais significativos, os pesos das fontes de recursos no investimento total sofrem alterações consideráveis.

Entre institutos e fundações independentes, se removeu uma única organização

dos cálculos, os recursos captados via cooperação internacional assumiram o primeiro lugar em termos de relevância, representando 23% do investimento total desse tipo de investidor. Além disso, os recursos de rendimentos de fundos filantrópicos cairiam para a quarta posição, com 10% do investimento total.

Já entre os familiares, a retirada de uma única organização impacta consideravelmente os percentuais de recursos provenientes da venda de produtos e serviços e de outros rendimentos financeiros, que passam a representar, cada um, 1% do investimento total desse tipo de investidor.

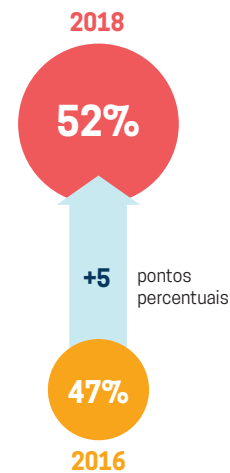
CRESCER A PARCELA DE ORGANIZAÇÕES QUE CONTAM APENAS COM RECURSOS PRÓPRIOS

Ao classificar as fontes de recursos entre próprias e provenientes de captação externa (subvenções, convênios e outras formas de parceria com o poder público, venda de produtos e serviços, captação junto à cooperação internacional/ pessoas físicas/ pessoas jurídicas), é possível observar que, entre 2016 e 2018, aumentou em 10% o percentual de respondentes que utilizam apenas fontes de recursos próprias. No en-

tanto, quando perguntadas se possuem estratégias de captação, algumas organizações que contam apenas com fontes de recursos próprias indicaram ter estratégias de captação, como por exemplo, via uso de leis de incentivo.

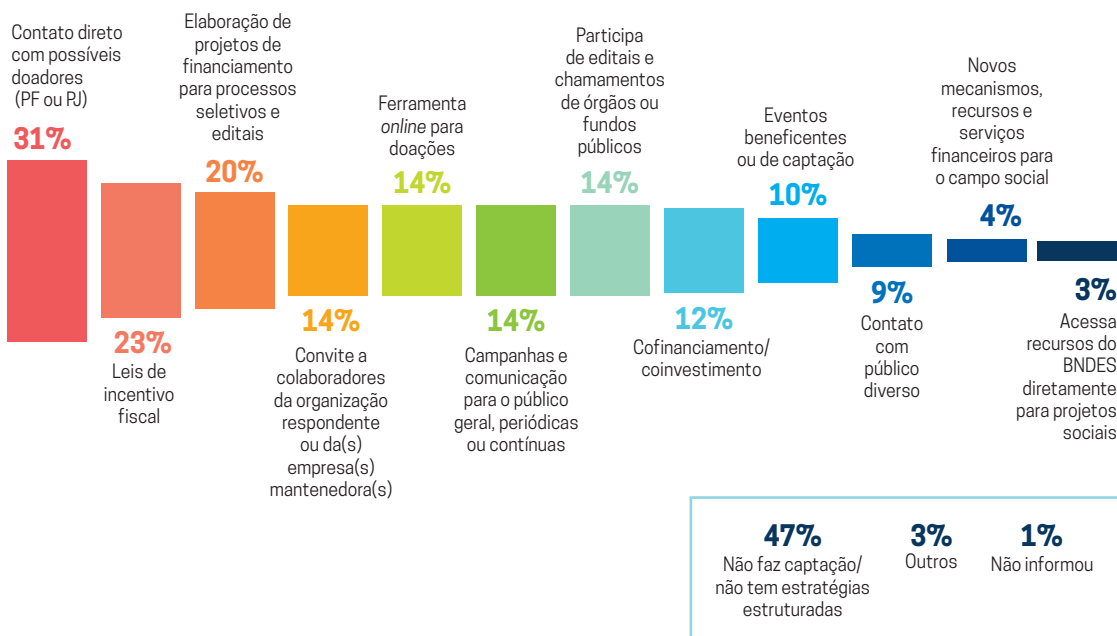
Dessa forma, **um percentual menor de organizações (47%) declarou não desenvolver estratégias**, com destaque para empresas (53%) e institutos e

Gráfico 10: Organizações que contam apenas com fontes de recursos próprias (2016 e 2018)



fundações empresariais (58%). Esse percentual é menos representativo entre institutos e fundações familiares (38%) e independentes (17%).

Gráfico 11: Organizações por estratégias de captação de recursos



O contato direto com pessoas físicas e jurídicas é a estratégia de captação mais adotada pelas organizações (31%), seguida pelo uso de leis de incentivo fiscal (23%) e da elaboração de projetos para processos seletivos e editais (20%). Essa pergunta, em 2016, não foi feita para organizações que afirmaram contar apenas com fontes de recursos próprias e, portanto, a modificação na metodologia influenciou os resultados, o que prejudica a comparação em uma perspectiva histórica.

Além disso, nesta edição do Censo, as organizações

foram perguntadas pela primeira vez se utilizam novos mecanismos, recursos e serviços financeiros para o campo social, tais como fundos de investimento, *crowdequity*, *crowdlending*, microcrédito e investimento de impacto, sendo que 4% responderam positivamente.

Como esperado, institutos e fundações familiares e independentes têm estratégias de captação mais diversificadas do que empresas e seus respectivos institutos e fundações, que se apoiam mais em fontes de recursos próprias, bem como em leis de incentivo.

Recursos incentivados também constituem estratégias relevantes para 35% dos institutos e fundações familiares, assim como a elaboração de projetos para processos seletivos/editais e o uso de ferramentas *online* para doação, que aparecem com a mesma representatividade. Institutos e fundações independentes, além de contar com ferramentas de doação *online*, também lançam mão de campanhas de comunicação para o público em geral, o que, em ambos os casos, aplica-se para 39% dessas organizações.

Tabela 4: Organizações por estratégias de captação e tipo de investidor (2018)

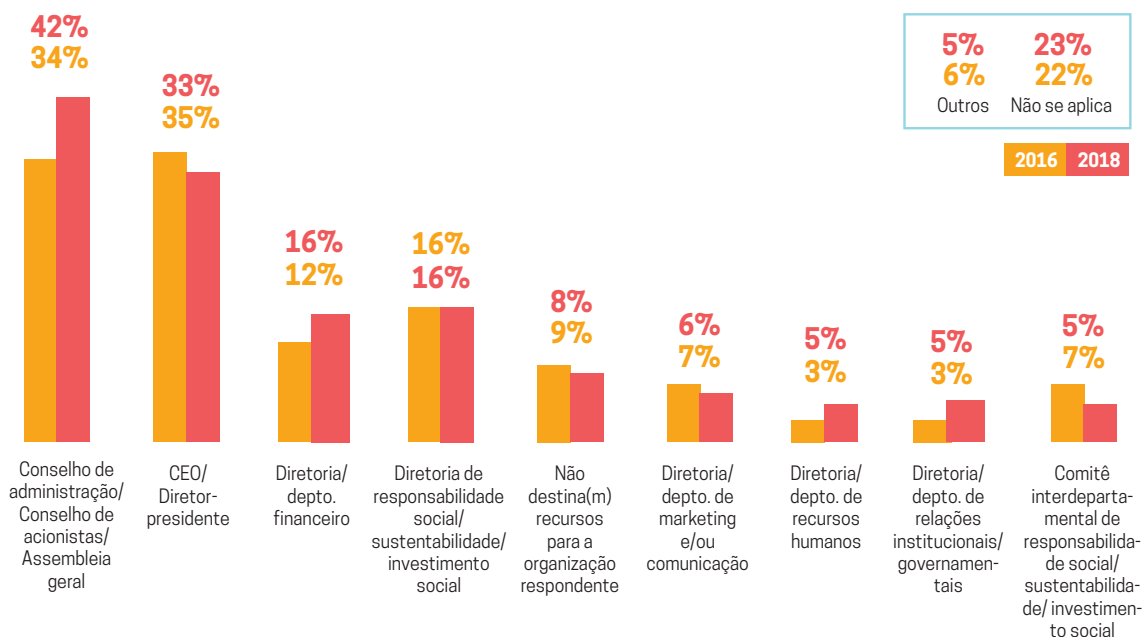
| | Empresa | Inst./Fund. empresarial | Inst./Fund. familiar | Inst./Fund. independente |
|---|--------------|-------------------------|----------------------|--------------------------|
| Não faz captação / não tem estratégias estruturadas | 52,9% | 58% | 37,9% | 16,7% |
| Contato direto com possíveis doadores (PF ou PJ) | 5,9% | 21,7% | 41,4% | 72,2% |
| Leis de incentivo fiscal | 35,3% | 15,9% | 34,5% | 22,2% |
| Elaboração de projetos de financiamento para processos seletivos e editais | 5,9% | 15,9% | 34,5% | 27,8% |
| Convite a colaboradores da organização respondente ou da(s) empresa(s) mantenedora(s) | 11,8% | 10,1% | 13,8% | 33,3% |
| Ferramenta <i>online</i> para doações | 0,0% | 2,9% | 34,5% | 38,9% |
| Campanhas e comunicação para o público geral, periódicas ou contínuas | 11,8% | 5,8% | 20,7% | 38,9% |
| Participa de editais e chamamentos de órgãos ou fundos públicos | 5,9% | 7,2% | 27,6% | 22,2% |
| Cofinanciamento/ investimento | 5,9% | 11,6% | 17,2% | 11,1% |
| Eventos beneficentes ou de captação | 0,0% | 4,3% | 17,2% | 27,8% |
| Contato com público diverso | 5,9% | 4,3% | 13,8% | 22,2% |
| Não tem estratégia(s) de captação de recursos estruturada(s) | 0,0% | 10,1% | 0,0% | 0,0% |
| Novos mecanismos, recursos e serviços financeiros para o campo social | 0,0% | 2,9% | 3,4% | 11,1% |
| Acessa recursos do BNDES diretamente para projetos sociais | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 5,6% |
| Outros | 0,0% | 5,8% | 0,0% | 0,0% |
| Não informou | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

■ 1ª estratégia de captação mais relevante ■ 2ª estratégia de captação mais relevante

Como visto, os repasses das empresas mantenedoras representam uma importante fonte de financiamento para os respondentes do Censo GIFE 2018, já que as empresas e os institutos e fundações empresariais têm predominância no investimento social privado brasileiro, apesar da diversificação recente ocasionada pelo aumento dos institutos e fundações familiares. Por isso, é importante compreender as instâncias empresariais de decisão e os critérios adotados para definir montantes anuais destinados para a filantropia pelas empresas.

CRESCER O ENVOLVIMENTO DE ACIONISTAS E DIRETORIA FINANCEIRA NA DEFINIÇÃO DE RECURSOS DO INVESTIMENTO SOCIAL

Gráfico 12: Organizações por instâncias de definição nas empresas mantenedoras sobre o destino de recursos para investimento social (2016 e 2018)*

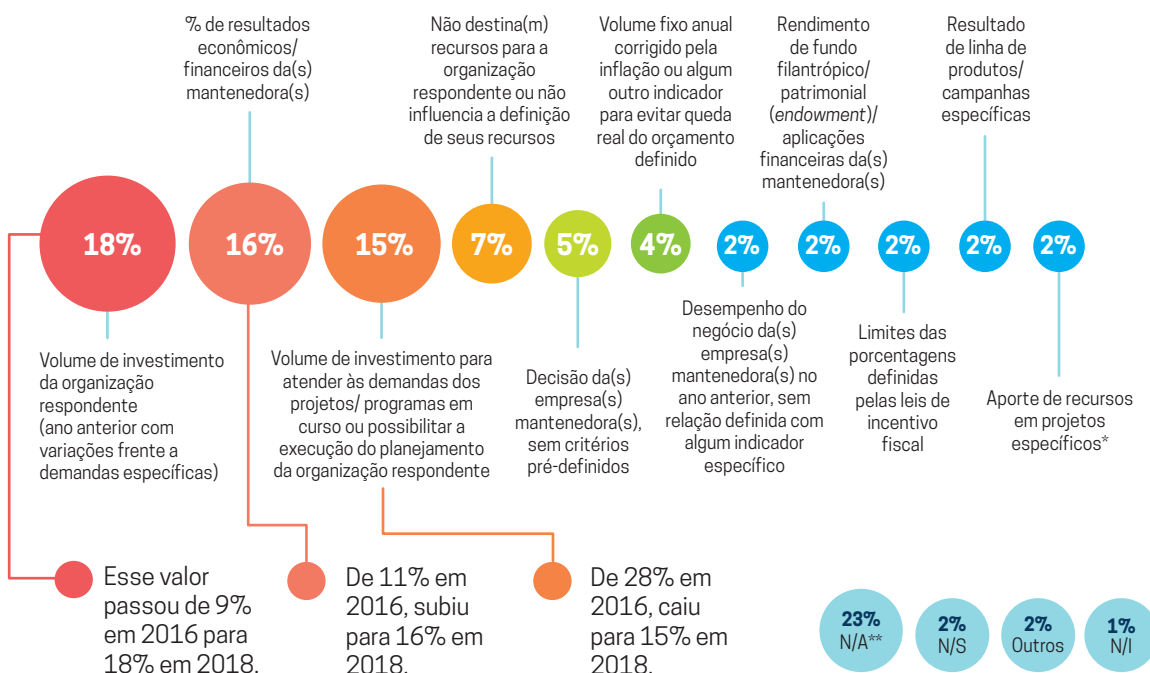


*Nota: Essa pergunta não é válida para institutos/ fundações independentes e para institutos/ fundações familiares sem relação com as empresas da família mantenedora.

O resultado encontrado pode ser comemorado por sugerir que o investimento social tem ganhado um caráter cada vez mais estratégico nas empresas mantenedoras. Porém, ao mesmo tempo, essa variação também pode significar que o investimento social está mais vulnerável a modificações na alta liderança empresarial e mais sujeito à boa *performance* dos negócios, o que é especialmente preocupante em um contexto de crise econômica, levando em conta sua dimensão pública e sua importância para a promoção da cidadania e o fortalecimento da democracia no país.

AUMENTOU O PESO DOS RESULTADOS ECONÔMICOS DA MANTENEDORA PARA DEFINIÇÃO DE RECURSOS DO ISP

...|| Gráfico 13: Organizações por critério principal adotado pelas empresas mantenedoras para destinação de recursos



Notas: *Alternativa válida apenas para institutos/ fundações familiares com vínculo com as empresas da família mantenedora. **Pergunta não se aplica para institutos/ fundações independentes e para institutos/ fundações familiares sem relação com as empresas da família mantenedora; N/A: Não se aplica; N/S: não sabe responder; N/I: não informou.

O principal critério para definição dos repasses da mantenedora que, em 2016, era o atendimento às demandas dos projetos/ programas em curso para possibilitar a execução do planejamento (28%), passou a ser o volume de investimento do ano anterior da organização respondente, com variações frente a demandas específicas (18%).

O critério de definição dos recursos a partir dos resultados econômicos e financeiros da mantenedora cresceu de 11% para 16%, entre 2016 e 2018. Esse critério, que se aplicava até 2016 exclusivamente a empresas ou institutos e fundações

empresariais, também se estendeu para 7% de institutos e fundações familiares, cujo volume de investimento tem sido impactado pela *performance* econômica ou financeira das empresas de suas famílias mantenedoras.



INCENTIVOS FISCAIS

R\$
3,25
BILHÕES

Montante total investido pelas organizações em 2018



R\$

457

MILHÕES

Investimentos por meio de incentivos fiscais

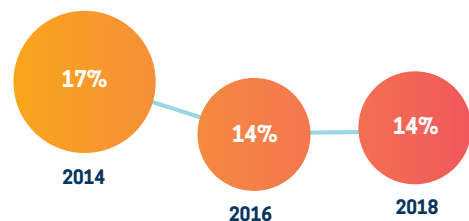
INCENTIVOS FISCAIS MANTÊM SEU PESO NO VOLUME TOTAL INVESTIDO

A proporção de investimentos por meio de incentivos sofreu leve redução de 17% para 14% entre 2014 e 2016, mantendo-se estável desde então. Em relação ao volume de recursos incentivados, em 2016 foram utilizados R\$ 427 milhões, atualizados pelo IPCA, o que corresponde a um aumento de 7% em relação aos R\$ 457 milhões utilizados em 2018.

14%

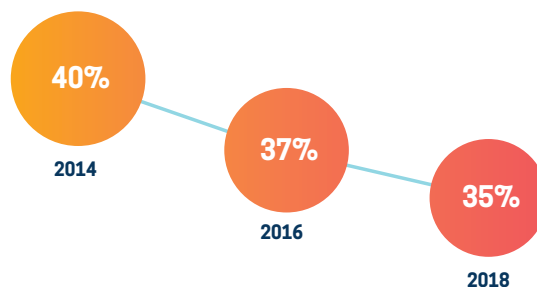
Dos investimentos totais são **oriundos de incentivos fiscais**

Gráfico 14: Proporção de investimentos por meio de incentivos fiscais no investimento total (2014, 2016 e 2018)



DIMINUI A PARCELA DE ORGANIZAÇÕES QUE UTILIZAM INCENTIVOS FISCAIS

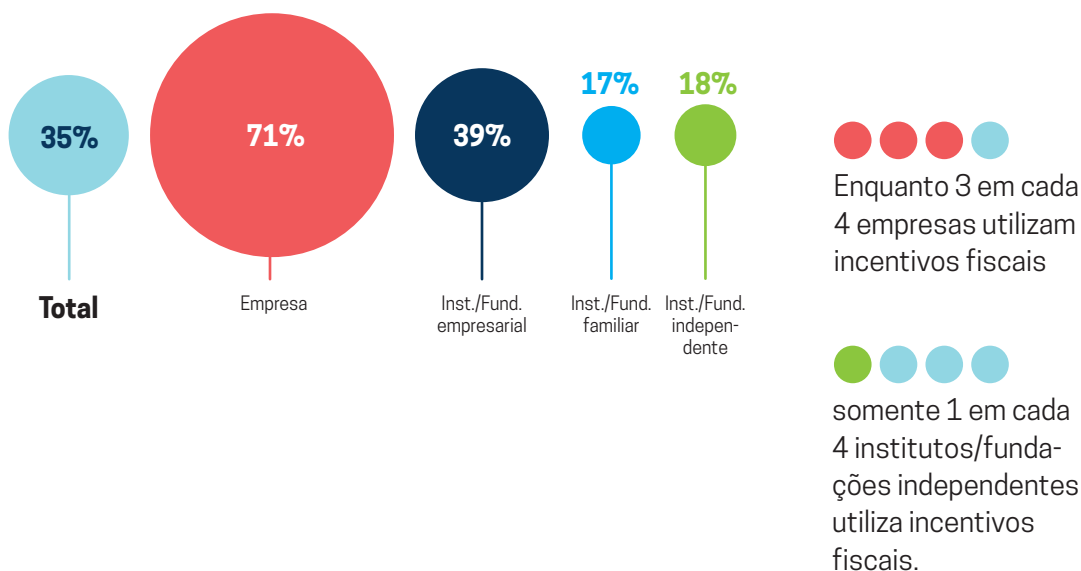
Gráfico 15: Organizações por uso de incentivos fiscais (2014, 2016 e 2018)



Os recursos incentivados foram utilizados por uma proporção ligeiramente menor de organizações, passando de 37% para 35% do total de respondentes, de 2016 para 2018. Empresas e seus institutos e fundações continuam sendo os respondentes que mais recorrem a esse mecanismo.

EMPRESAS UTILIZAM MAIS INCENTIVOS FISCAIS

Gráfico 16: Organizações por uso de incentivos fiscais e tipo de investidor



Em relação ao montante total investido, cerca de um quarto do valor aportado pelas empresas (26%) é oriundo de incentivo fiscal. Esse valor cai para 3% entre institutos e fundações familiares e para 1% entre institutos e fundações independentes.

Gráfico 17: Proporção de investimentos por meio de incentivos fiscais no investimento total por tipo de investidor

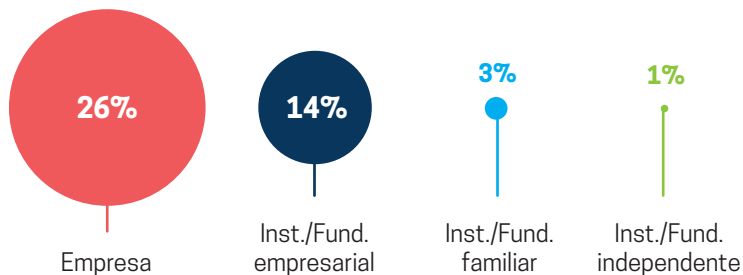
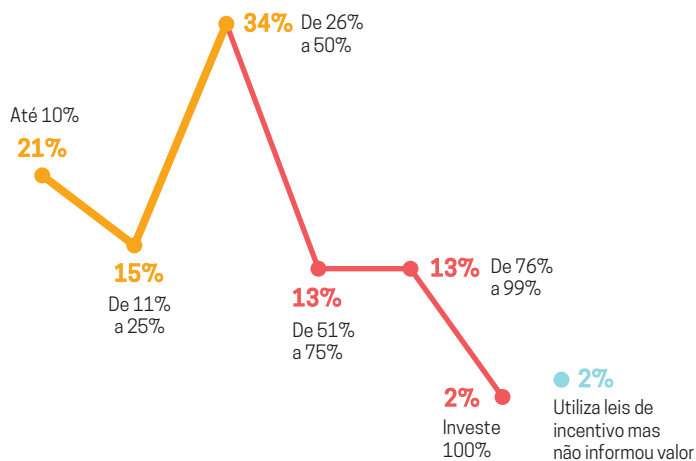


Gráfico 18: Organizações que usam incentivo fiscal por proporção dos recursos incentivados no volume de investimento total

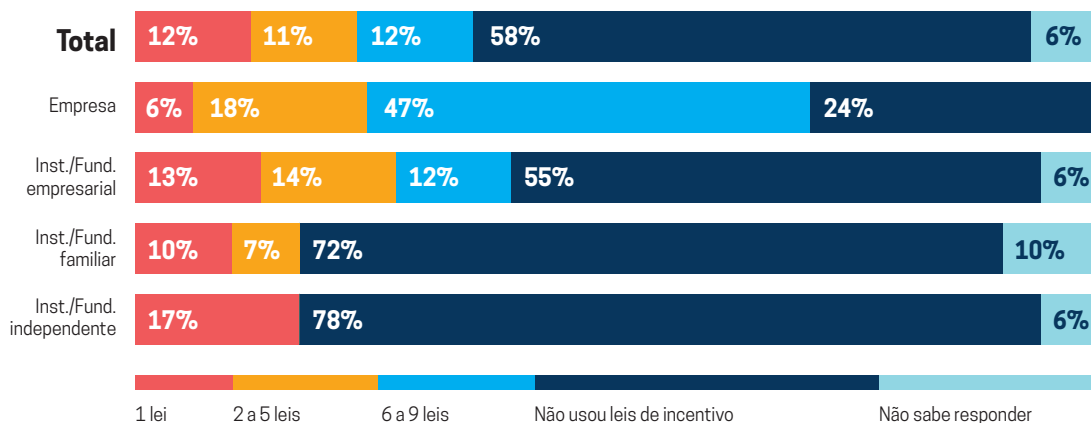


das organizações que utilizam leis de incentivos, os recursos incentivados representam menos da metade do seu volume de investimento total.



INSTITUTOS E FUNDAÇÕES INDEPENDENTES UTILIZAM NO MÁXIMO UMA LEI DE INCENTIVO

Gráfico 19: Organizações por quantidade de leis de incentivo fiscal adotadas e tipo de investidor



Como esperado, institutos e fundações familiares e independentes acessam uma quantidade menor de leis de incentivo em comparação com empresas e institutos e fundações empresariais, que apresentam uma tendência de maior diversificação.

Dentre as organizações que utilizaram seis ou mais leis de incentivo, figuram 47% das empresas e 12% dos institutos e fundações empresariais, mas não constam institutos e fundações familiares ou independentes.

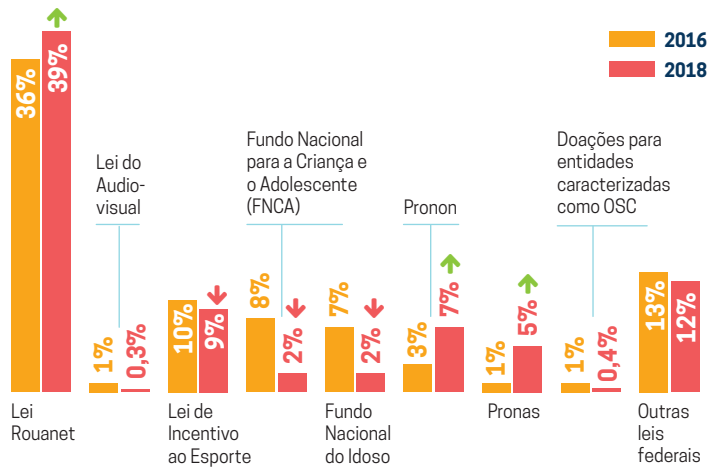
Esses últimos utilizam, no máximo, uma lei de incentivo em apenas 17% dos casos. Já entre institutos e fundações familiares, 7% das organizações usam de duas a cinco leis.

Tabela 5: Proporção do valor utilizado por nível de incentivo em relação ao montante total de investimento via incentivos fiscais (2016 e 2018)

| | 2016 | 2018 |
|------------------------------|------|------|
| Leis de incentivo federais | 79% | 76% |
| Leis de incentivo estaduais | 14% | 10% |
| Leis de incentivo municipais | 7% | 14% |

Caiu a participação das leis federais e estaduais em relação ao montante total incentivado.

Gráfico 20: Proporção de investimentos por meio de leis de incentivo de esfera **federal** no investimento incentivado total (2016 e 2018)

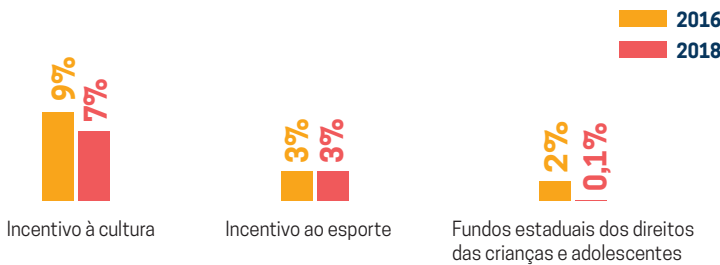


Leis de incentivo federal contribuem com parcela mais significativa do volume de recursos incentivados.

De forma geral, cresceu a proporção de recursos incentivados voltados à cultura em nível municipal e federal, puxada principalmente pela Lei Rouanet.

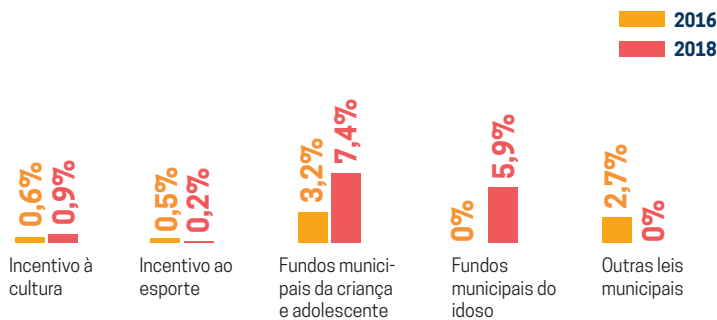
Ainda em nível federal, aumentou significativamente a proporção de recursos incentivados vinculados ao Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon) e ao Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas).

Gráfico 21: Proporção de investimentos por meio de leis de incentivo de esfera **estadual** no investimento incentivado total (2016 e 2018)

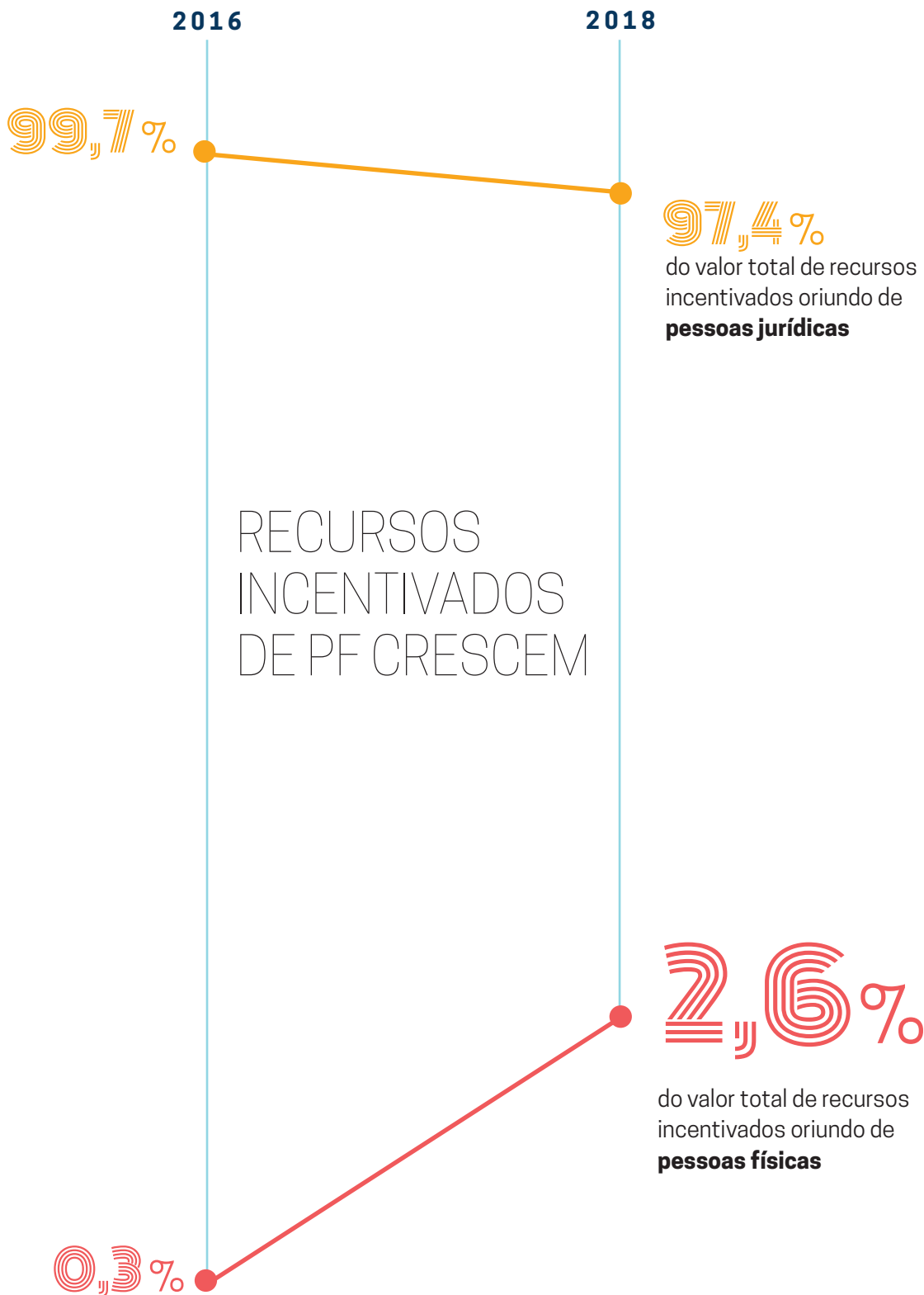


Em relação a incentivos ligados à infância, adolescência e idoso, nota-se um incremento da proporção de recursos destinada aos fundos municipais e uma queda simultânea da parcela direcionada aos estaduais e aos federais.

Gráfico 22: Proporção de investimentos por meio de leis de incentivo de esfera **municipal** no investimento incentivado total (2016 e 2018)



A proporção de recursos incentivados destinados à lei de incentivo ao esporte manteve-se estável em nível estadual, mas sofreu uma leve diminuição, tanto na esfera municipal quanto federal.









COMO O INVESTIMENTO SOCIAL FINANCIA TERCEIROS?

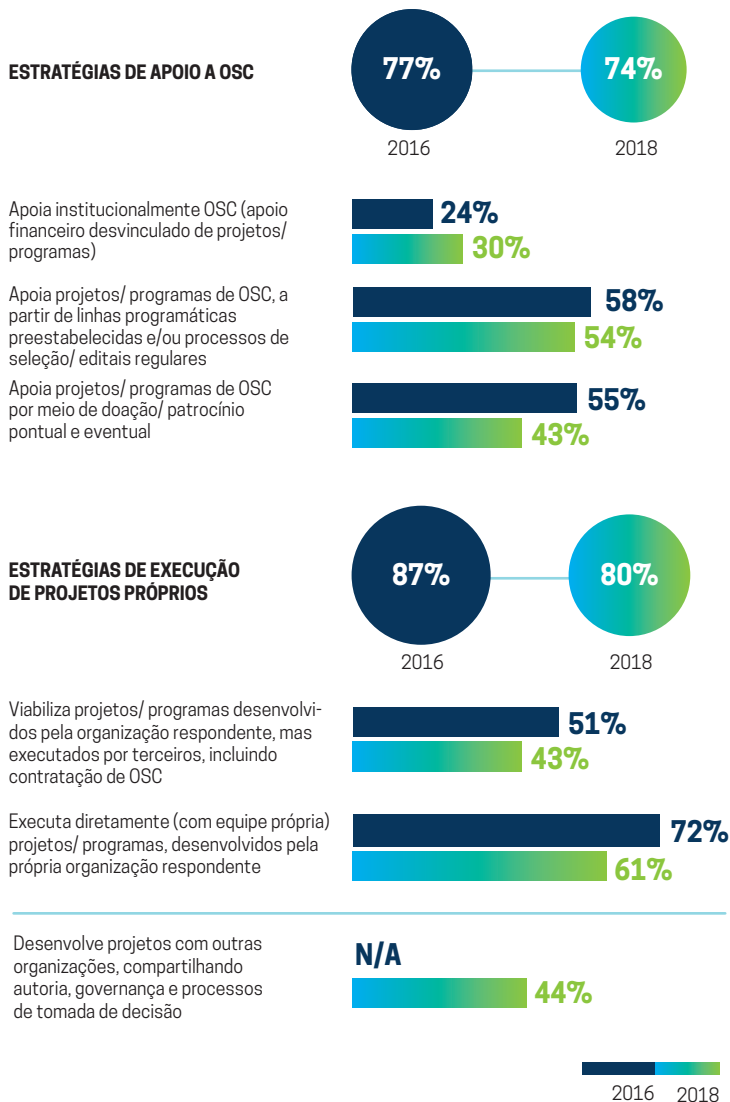
Por entender que a forma de atuação dos investidores sociais está relacionada à maneira pela qual as organizações cumprem sua missão e percebem o sentido público de sua ação, este capítulo se propõe a explorar como os respondentes do Censo GIFE 2018 distribuem suas iniciativas entre financiamentos de iniciativas próprias e de terceiros.

Apresenta, assim, um panorama a respeito das estratégias existentes para a operação de projetos ou programas, buscando identificar como investidores sociais apoiam outras organizações e contribuem para fortalecer a sociedade civil brasileira, assim como para consolidar espaços e instituições de interesse público e reforçar o tecido de cidadania e ação coletiva no país.



EXECUÇÃO DE PROJETOS PRÓPRIOS PREVALECE, MAS APOIO INSTITUCIONAL A OSC AUMENTA

Gráfico 1: Organizações por estratégias de atuação (2016 e 2018)



Os investidores sociais adotam estratégias tanto de apoio a organizações da sociedade civil (OSC) como de operação de projetos próprios, **compondo um perfil misto de atuação, com predominância da execução de projetos próprios**. Contudo, é interessante notar que, enquanto quase todos os percentuais apresentam trajetória de queda entre 2016 e 2018, **cresce a parcela de respondentes que apoia institucionalmente OSC, provendo auxílio financeiro independente de projetos/ programas**, passando de 24% para 30% do total de investidores sociais. Esse aumento foi puxado principalmente pelos institutos e fundações familiares, já que cerca de metade desse grupo de organizações (48%) afirma praticar essa modalidade de suporte a OSC.

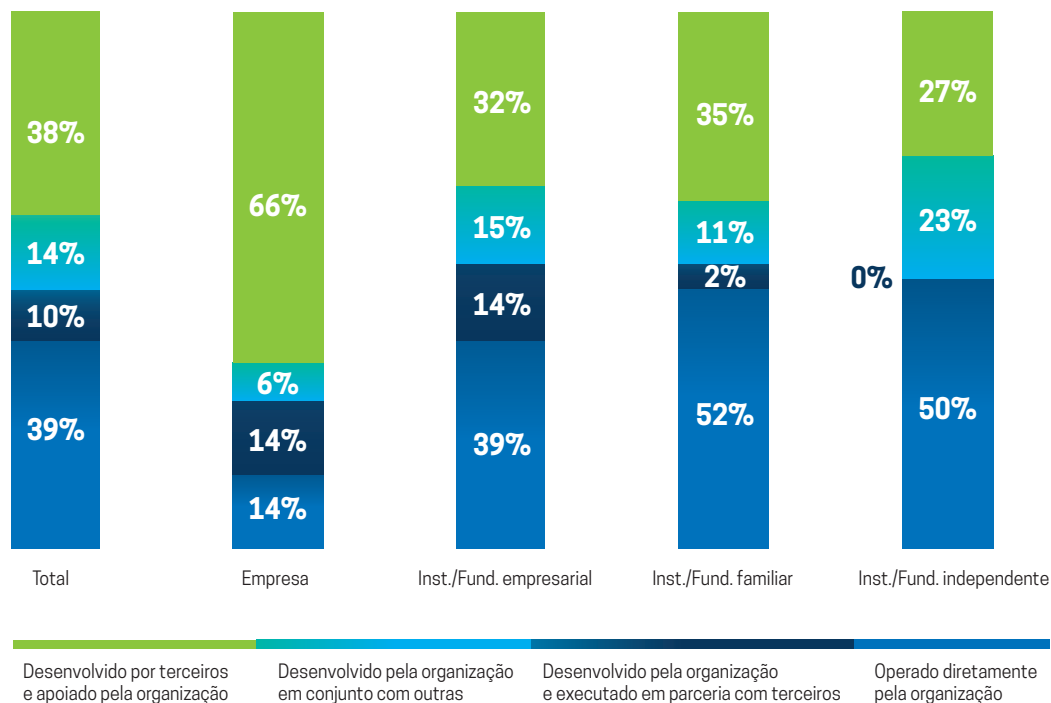
Tabela 1: Organizações por estratégias de atuação e tipo de investidor

| | Empresa | Inst./Fund. empresarial | Inst./Fund. familiar | Inst./Fund. independente |
|--|------------|-------------------------|----------------------|--------------------------|
| Estratégias de apoio a OSC | | | | |
| Apoia institucionalmente OSC (apoio financeiro desvinculado de projetos/ programas) | 29% | 22% | 48% | 33% |
| Apoia projetos/ programas de OSC, a partir de linhas programáticas preestabelecidas e/ou processos de seleção/ editais regulares | 82% | 54% | 45% | 44% |
| Apoia projetos/ programas de OSC por meio de doação/ patrocínio pontual e eventual | 71% | 39% | 45% | 28% |
| Estratégias de execução de projetos próprios | | | | |
| Viabiliza projetos/ programas desenvolvidos pela organização respondente, mas executados por terceiros, incluindo contratação de OSC | 53% | 49% | 31% | 28% |
| Executa diretamente (com equipe própria) projetos/ programas, desenvolvidos pela própria organização respondente | 29% | 64% | 66% | 72% |
| Desenvolve projetos com outras organizações, compartilhando autoria, governança e processos de tomada de decisão | 53% | 43% | 41% | 44% |

■ 1ª estratégia mais relevante
■ 2ª estratégia mais relevante

No caso das empresas, o mais comum, em 82% dos casos, é o apoio a projetos ou programas de OSC, a partir de linhas programáticas preestabelecidas e/ou processos de seleção/ editais regulares. Em segundo lugar, 71% das empresas mencionam o apoio a OSC por meio de doação e/ou patrocínio pontual e eventual. São também as empresas as que mais desenvolvem projetos com outras organizações, compartilhando autoria, governança e processos de tomada de decisão, situação que se aplica para mais da metade desse perfil de investidor (53%). A execução direta de projetos ou programas com equipe própria é mais frequente para 72% dos institutos e fundações independentes, 66% dos institutos e fundações familiares e 64% dos institutos e fundações empresariais.

Gráfico 2: Projetos ou programas por forma de operação e tipo de investidor



Em linha com os achados anteriores, a análise da forma de operação dos 932 projetos ou programas mapeados também mostra um perfil misto de atuação, já que 39% são operados diretamente pelos investidores sociais enquanto outros 38% são desenvolvidos por terceiros e apoiados pelos respondentes.

Apenas 14% são desenvolvidos em conjunto com outras organizações por meio do compartilhamento de autoria, planejamento, governança e processo de tomada de decisão. Outros 10% dos projetos ou programas são desenvolvidos pelos investidores sociais, porém executados em parceria com terceiros.

A análise por tipo de investidor mostra que 66% dos projetos ou programas de empresas são desenvolvidos por terceiros, corroborando seu perfil mais financiador. No caso dos projetos ou programas de institutos e fundações familiares e independentes, cerca de metade é operada diretamente pelos próprios respondentes, respectivamente 52% e 50% do total em cada grupo.



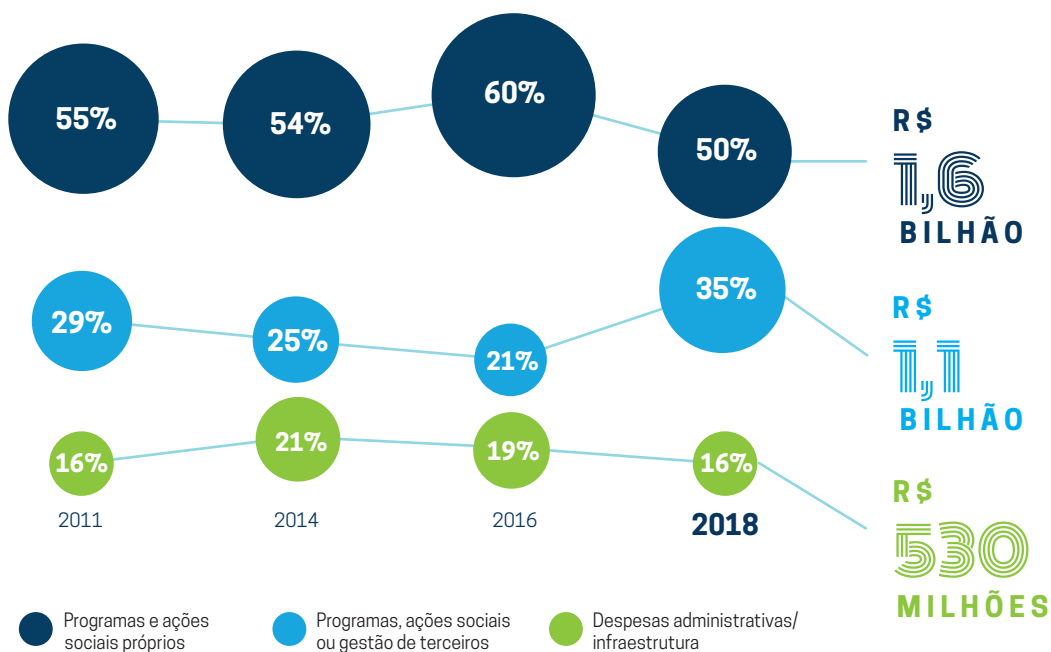
CRESCE A PROPORÇÃO DE INVESTIMENTO EM PROJETOS DE TERCEIROS

Ao investigar a distribuição orçamentária total dos respondentes do Censo GIFE 2018, nota-se que, apesar da execução direta de projetos próprios ainda ser preponderante em volume financeiro, os investimentos em projetos de terceiros cresceram de 21% para 35% de 2016 para 2018, quando atin-

giram a proporção mais alta da série histórica. Nos valores direcionados para terceiros estão incluídos tanto repasses para OSC, quanto para universidades e instituições acadêmicas, órgãos da administração pública federal, estadual e municipal, além de negócios de impacto, entre outros atores. É importante pontuar

que o aumento na proporção de recursos destinados para projetos de terceiros independe da mudança na base de respondentes do Censo, pois, quando mantida a mesma amostra de organizações para os dois últimos Censos, também é observado um crescimento, chegando a 33% em 2018.

Gráfico 3: Investimento total por tipo de despesa orçamentária (2011, 2014, 2016 e 2018)

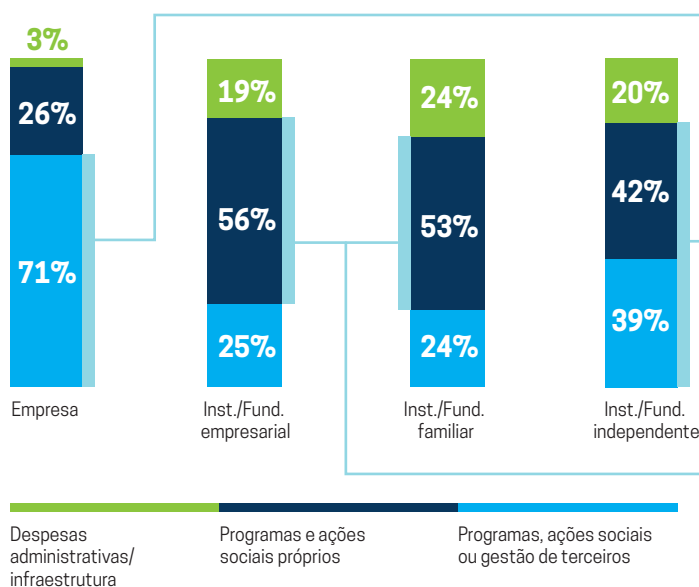


TIPOS DE DESPESAS ORÇAMENTÁRIAS DOS INVESTIDORES SOCIAIS

- **Programas e ações sociais próprios:** recursos que são destinados para a execução dos projetos ou programas da organização. Os projetos ou programas próprios são concebidos e elaborados pela organização, ainda que haja contratação ou repasse de recursos para terceiros para sua execução/ implementação.
- **Programas, ações sociais ou gestão de terceiros:** recursos que são destinados a outras organizações por meio de doações, patrocínio e/ou apoio para execução de seus projetos ou programas ou para apoio institucional. Os projetos ou programas de terceiros são concebidos e elaborados pela organização que está recebendo recursos.
- **Despesas administrativas/ infraestrutura:** são valores envolvidos nas atividades de planejamento e administração da organização, entendidos como despesas para a atividade meio e não despesas para a atividade fim, ou seja, gastos não ligados à execução direta dos projetos ou programas. Incluem gastos com pessoal administrativo, consultorias e demais despesas operacionais, tais como: infraestrutura, treinamento, tecnologia da informação, assessoria jurídica, aluguéis e condomínios, água/ luz/ esgoto, correios/ malotes, telefones, fretes e carretos, materiais de escritório, materiais de limpeza, brindes, bens de natureza permanente, prêmios, impostos e despesas diversas.

EMPRESAS SÃO AS ORGANIZAÇÕES QUE MAIS INVESTEM EM PROJETOS DE TERCEIROS

Gráfico 4: Investimento total por tipo de despesa orçamentária e tipo de investidor




Empresas direcionam maior proporção de recursos para projetos de terceiros.

Institutos e fundações independentes equilibram mais as despesas entre projetos próprios e de terceiros.

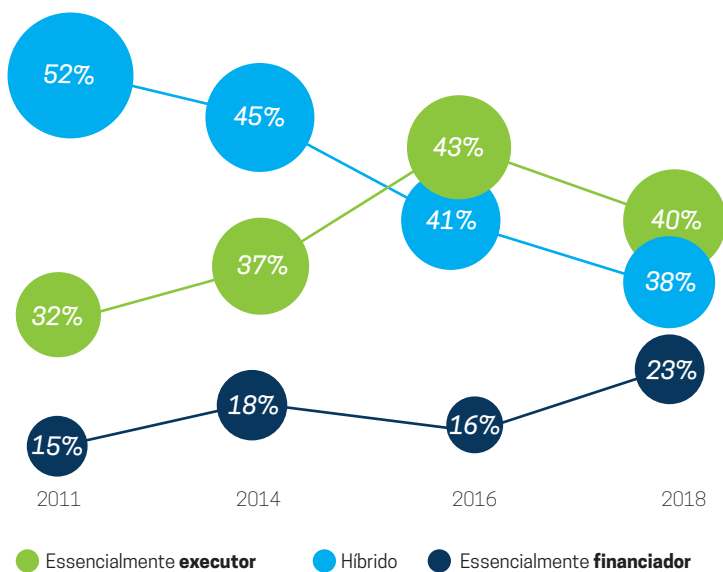
Institutos e fundações empresariais e familiares direcionam maior proporção de recursos para projetos próprios.

Combinando as perguntas sobre estratégia de atuação e sobre distribuição dos recursos, o GIFE adota um critério de classificação dos respondentes que busca delimitar perfis ainda mais claros de investidores sociais quanto a possíveis estratégias de operação de projetos ou programas. A partir dessa combinação, são definidos três perfis de atuação para as organizações:

| CRITÉRIO PARA DEFINIÇÃO DA FORMA DE ATUAÇÃO DOS INVESTIDORES SOCIAIS | | | |
|---|---|---|----------------------------|
| Tipo de atuação |  | Distribuição dos recursos (sem despesas administrativas e de infraestrutura) | Forma de atuação |
| Apoio a OSC | Apoia institucionalmente OSC por meio de repasse financeiro desvinculado de projetos/ programas ou destina recursos financeiros e/ ou técnicos para projetos/ programas de terceiros a partir de linhas programáticas preestabelecidas, processos de seleção, editais regulares, doação e/ ou patrocínio pontual e eventual | Acima de 90% de recursos para terceiros | Essencialmente financiador |
| Execução | Viabiliza projetos/ programas desenvolvidos pela organização respondente, mas executados por terceiros, ou executa diretamente (com equipe própria) seus projetos/ programas | Acima de 90% de recursos para projetos próprios | Essencialmente executor |
| Apoio ou execução | Qualquer uma das alternativas acima | Entre 10% e 90% de recursos para projetos próprios e doação | Híbrido |

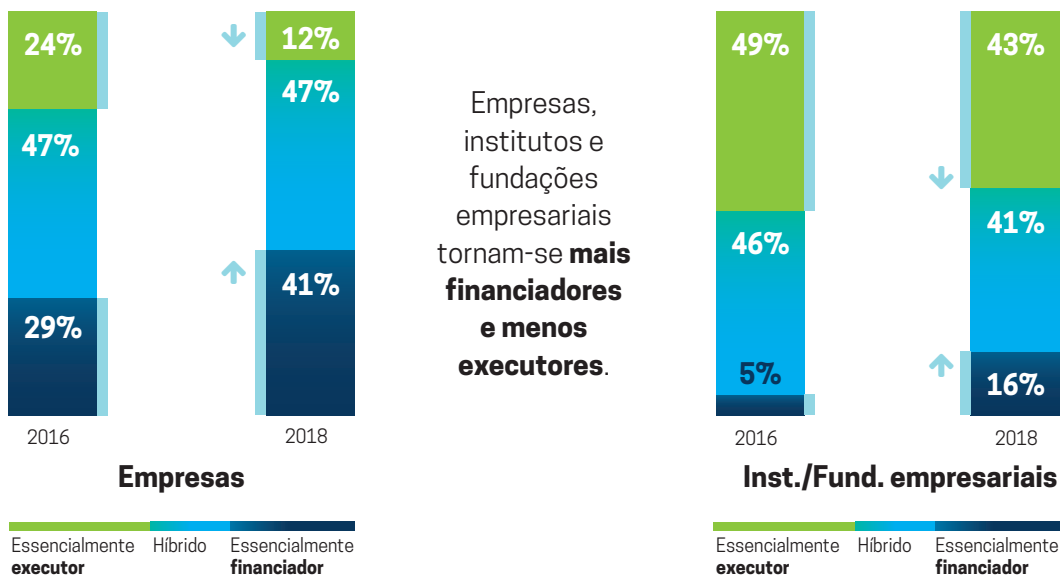
AUMENTAM OS INVESTIDORES SOCIAIS COM PERFIL FINANCIADOR

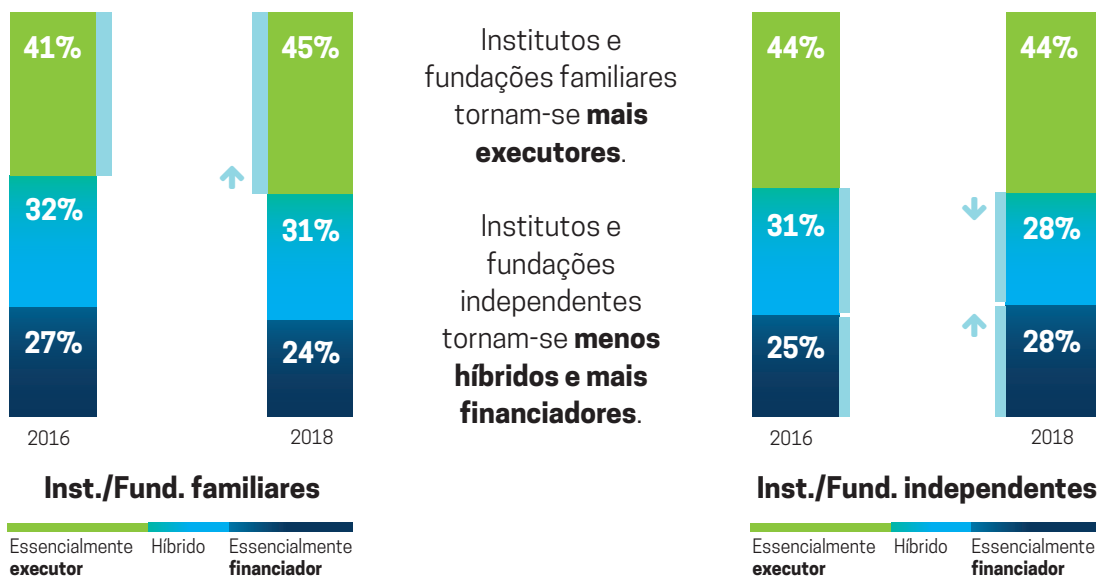
■ ■ ■ **Gráfico 5:** Organizações por forma de atuação (2011, 2014, 2016 e 2018)



Entre 2011 e 2018, houve queda na parcela de investidores sociais com perfil híbrido (de 52% para 38%) e simultâneo aumento na proporção de organizações essencialmente financiadoras (de 15% para 23%). Os respondentes essencialmente executores que, em 2011, correspondiam a 32% do total de organizações, atingiram seu ápice em 2016, quando chegaram a representar 43% dos investidores sociais, mas, em 2018, esse percentual caiu para 40%.

■ ■ ■ **Gráfico 6:** Organizações por forma de atuação e tipo de investidor (2016 e 2018)





Institutos e fundações familiares tornam-se **mais executores**.

Institutos e fundações independentes tornam-se **menos híbridos e mais financiadores**.

As análises anteriores consideraram organizações com forte predominância (acima de 90%) de financiamento ou execução. Entretanto, ao refazer o critério de divisão dos respondentes, deixando em 70% a linha de corte para dividi-los por forma de atuação, obtém-se 50% de organizações mais dedicadas à execução e 33% ao financiamento. Isso demonstra que, apesar do incremento significativo de repasses para terceiros em 2018, o caráter de maior dedicação à execução ainda prevalece em todos os perfis de investidores sociais, exceto empresas.

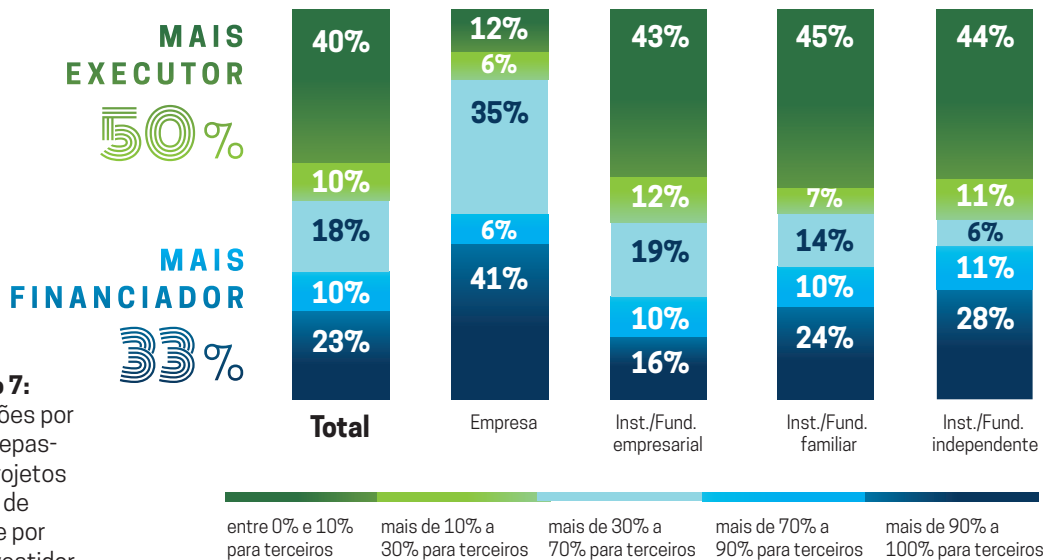
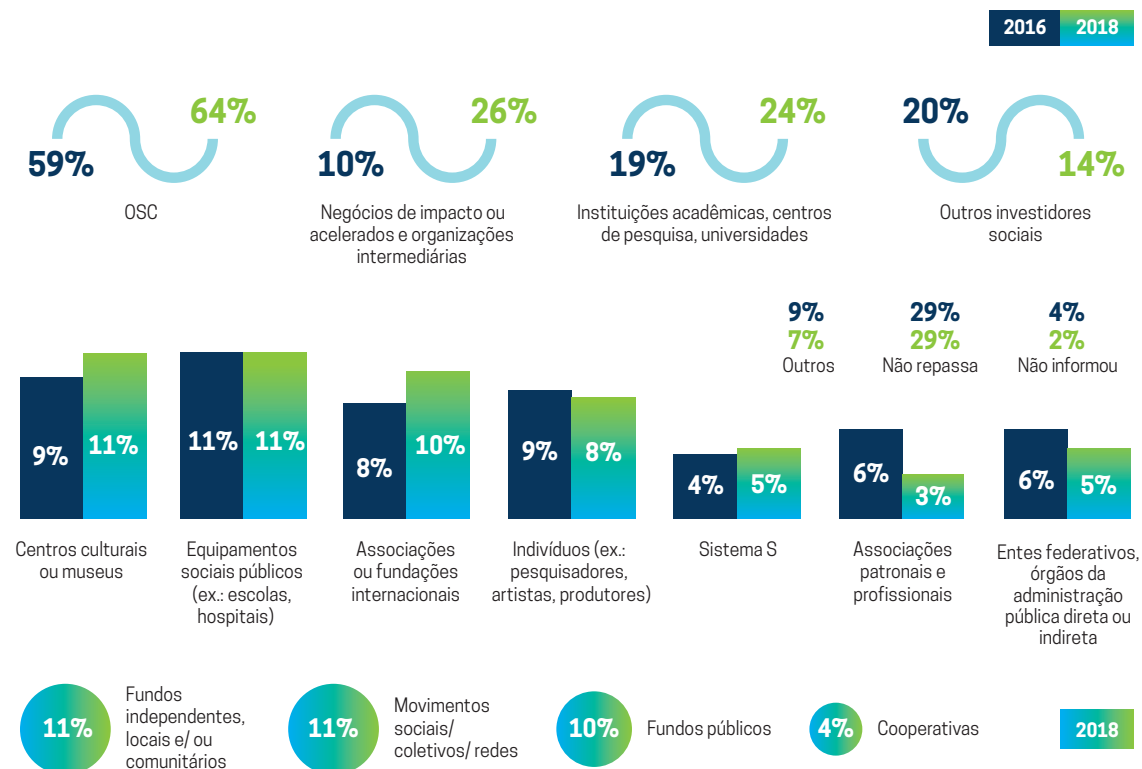


Gráfico 7: Organizações por recursos repassados a projetos próprios e de terceiros e por tipo de investidor

RECURSOS SÃO REPASSADOS PARA GRANDE DIVERSIDADE DE ORGANIZAÇÕES

Gráfico 8: Organizações por tipos de terceiros para os quais repassam recursos (2016 e 2018)



Enquanto a ampla maioria dos respondentes (64%) repassa recursos para OSC, cerca de um quarto destina seus investimentos sociais para negócios de impacto (26%) e para instituições acadêmicas, centros de pesquisa e universidades (24%). Nos três casos, os percentuais indicam um aumento importante em

relação a 2016. No mesmo período, porém, caiu de 20% para 14% a proporção de organizações que repassam recursos a outros investidores sociais e manteve-se estável em 29% a parcela de investidores sociais que não repassa recursos para programas ou gestão de terceiros. Mesmo assim,

conforme apontado anteriormente, a proporção de orçamento destinado a projetos de outras organizações cresceu significativamente, o que indica que os investidores sociais que já tinham o hábito de apoiar projetos de terceiros destinaram uma fatia maior de seus orçamentos para essa finalidade.



RELAÇÃO COM OSC

64%

dos investidores sociais repassam recursos para OSC

62%

indicam ter OSC locais como parceiras em seus projetos ou programas

60%

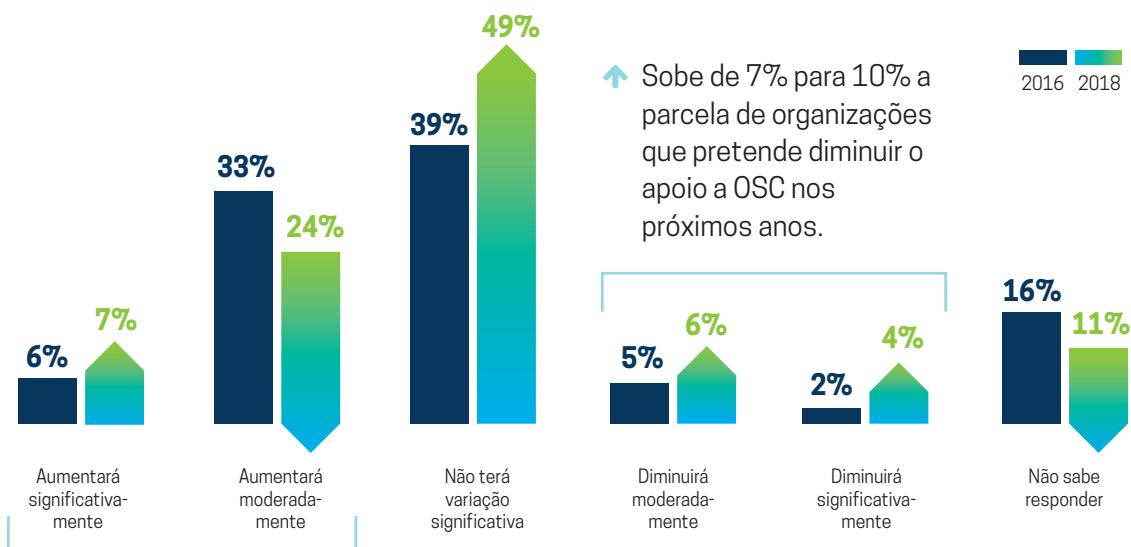
apontam o fortalecimento institucional de OSC como um foco de sua atuação

77%

têm OSC como principais beneficiárias de seus projetos ou programas prioritários

PREVISÃO DE REPASSES FUTUROS A OSC É MAIS CONSERVADORA EM RELAÇÃO A 2018

Gráfico 9: Organizações por intenção de repasse de recursos a OSC (2016 e 2018)



↓ Cai de 39% para 31% a parcela de organizações que pretende aumentar o apoio a OSC nos próximos anos, ainda que em 2016 a pergunta se referisse aos próximos cinco anos e em 2018, aos próximos dois anos.

INSTITUTOS E FUNDAÇÕES FAMILIARES PULVERIZAM MENOS AS ORGANIZAÇÕES APOIADAS

Cerca de metade dos respondentes que apoiam OSC (54%) repassa recursos para até 10 OSC. No entanto, no caso de institutos e fundações familiares, essa parcela cresce para 63%. Por outro lado, nenhuma organização desse perfil de investidor apoia mais do que 50 OSC. Entre os demais respondentes, o percentual de organizações que apoia mais de 50 OSC varia entre 7% e 14%.

Gráfico 10: Organizações que apoiam OSC pela quantidade de OSC para as quais repassam recursos e tipo de investidor

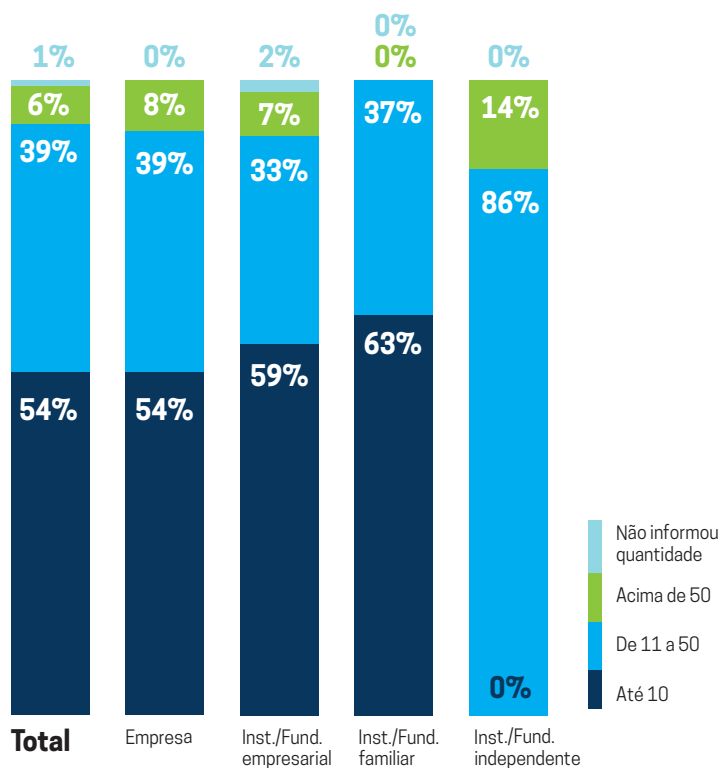


Gráfico 11: Proporção de recursos repassados a OSC por tipo de investidor



R\$

511,3 MILHÕES

repassados para OSC. Quase metade (43%) desse total é destinados por institutos e fundações empresariais.

Grande variação no volume de recursos repassados a OSC

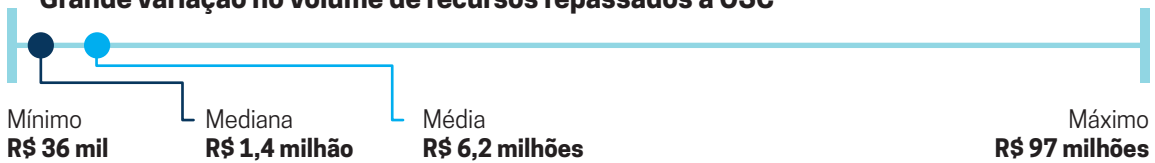
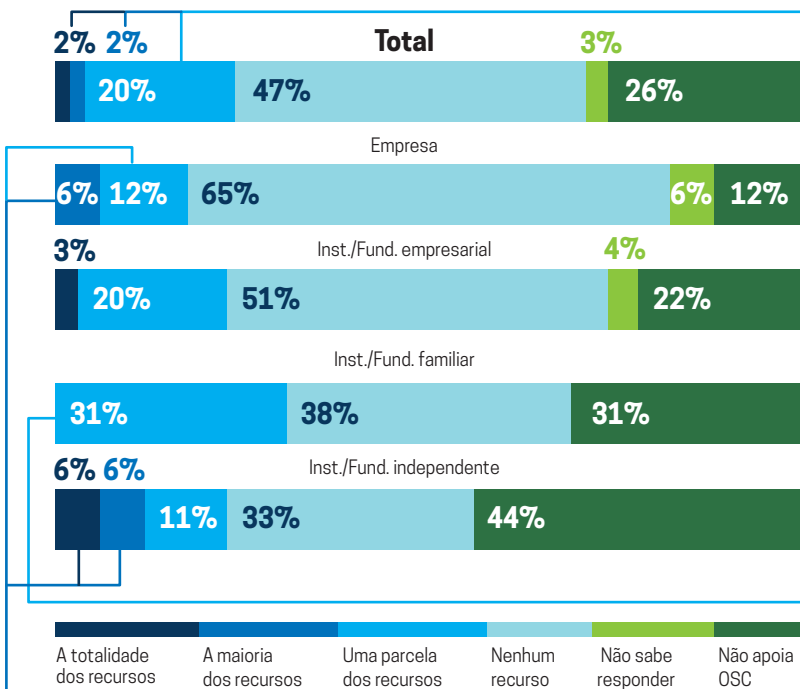


Gráfico 12: Proporção de recursos repassados a OSC via novos mecanismos ou serviços financeiros para o campo social



24% das organizações utilizam novos mecanismos ou serviços financeiros para o campo social – tais como fundos de investimento, *matching*, *crowdfunding*, *crowdequity*, *crowdlending*, microcrédito, investimento de impacto – para o repasse de pelo menos uma parte dos recursos destinados a OSC.

Empresas e institutos e fundações independentes concentram o maior percentual de respondentes que utilizam novos mecanismos para repassar a maioria ou a totalidade de seus recursos, o que representa, respectivamente, 6% e 12% do total de cada grupo.

1 em cada 3 institutos e fundações familiares repassam recursos para OSC via novos mecanismos.

EXEMPLOS DE NOVOS MECANISMOS, RECURSOS OU SERVIÇOS FINANCEIROS PARA O CAMPO SOCIAL

Investimento de impacto: trata-se do uso de recursos privados e públicos por meio de instrumentos financeiros, novos e existentes, em atividades que visam produzir impacto socioambiental com sustentabilidade financeira, podendo ou não gerar retorno financeiro sobre o capital investido. Os investimentos de impacto buscam atrair recursos oferecendo (a quem doa ou investe) a medição do impacto socioambiental gerado.

Fonte: ALIANÇA pelos Investimentos e Negócios de Impacto. **O que são investimentos de impacto.** Disponível em: <<https://aliancapeloimpacto.org.br/o-que-sao-financas-sociais/>>. Acesso em: out. 2019.

Matching: no âmbito do Censo GIFE, trata-se de um conceito em que diversas organizações aportam um mesmo valor para um projeto, programa ou iniciativa ou valores definidos por regras pré-determinadas.

Crowdfunding: é o financiamento para iniciativas de interesse coletivo por meio da colaboração de um grupo, que pode ser pequeno ou muito grande, geralmente composto de pessoas físicas. O termo vem sendo usado para ações, executadas pela internet, para arrecadar dinheiro para diferentes tipos de projetos, a partir de plataformas específicas como o *site* Catarse (<https://www.catarse.me/>).

Fonte: CROWDFUNDING BRASIL. **Crowdfunding no terceiro setor:** significado. Disponível em: <<https://crowdfundingbr.tumblr.com/post/11672069985/crowdfunding-no-terceiro-setor>>. Acesso em: out. 2019.

Crowdequity: também conhecido como *equity crowdfunding*, é uma forma de financiamento coletivo para investir em *start ups*, por meio de uma oferta pública, disponibilizada na internet para um grupo específico de investidores. Diferente do *crowdfunding* tradicional, que oferece brindes ou o próprio produto como recompensa pelo financiamento, no *crowdequity* o financiador recebe como contrapartida participação acionária na empresa, tornando-se, então, sócio do novo negócio.

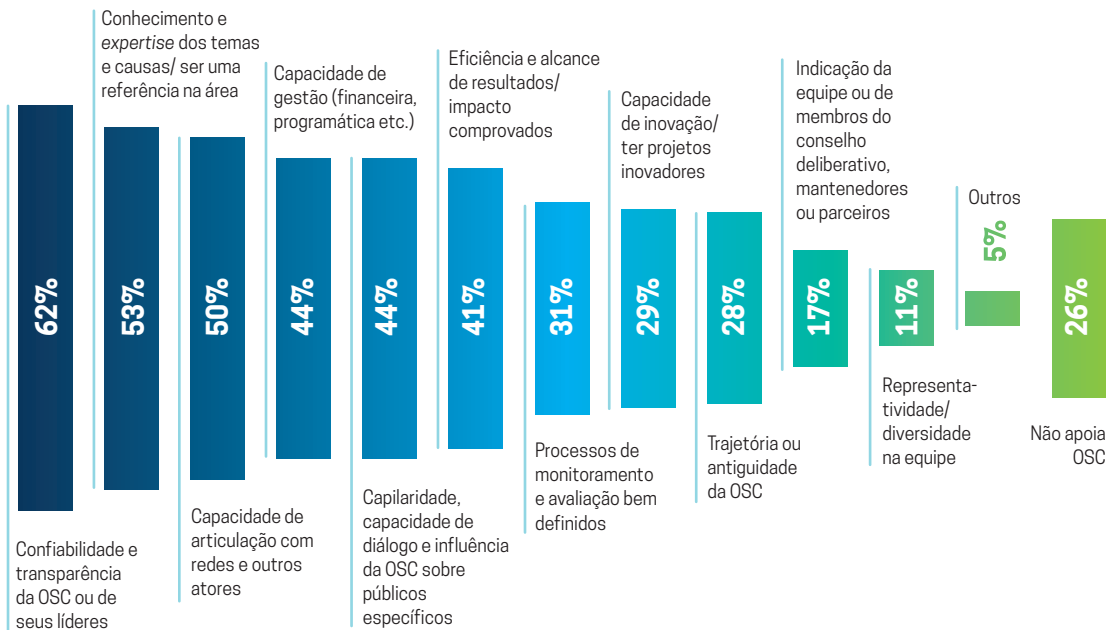
Fonte: PROJETO DRAFT. **Verbetes Draft:** o que é *equity crowdfunding*. Disponível em: <<https://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-equity-crowdfunding/>>. Acesso em: out. 2019.

Crowdlending: é um sistema em que os financiadores emprestam uma parcela do valor necessário para micro ou pequenos empresários, executando funções similares às dos bancos, incluindo avaliação de risco e procedimentos de recuperação em caso de inadimplência.

Fonte: FRAU, Marc. **Crowdlending de 0 a 100.** eBook Kindle: ago. 2019.

CONFIABILIDADE, TRANSPARÊNCIA E EXPERTISE SÃO CRITÉRIOS CENTRAIS NA SELEÇÃO DAS OSC APOIADAS

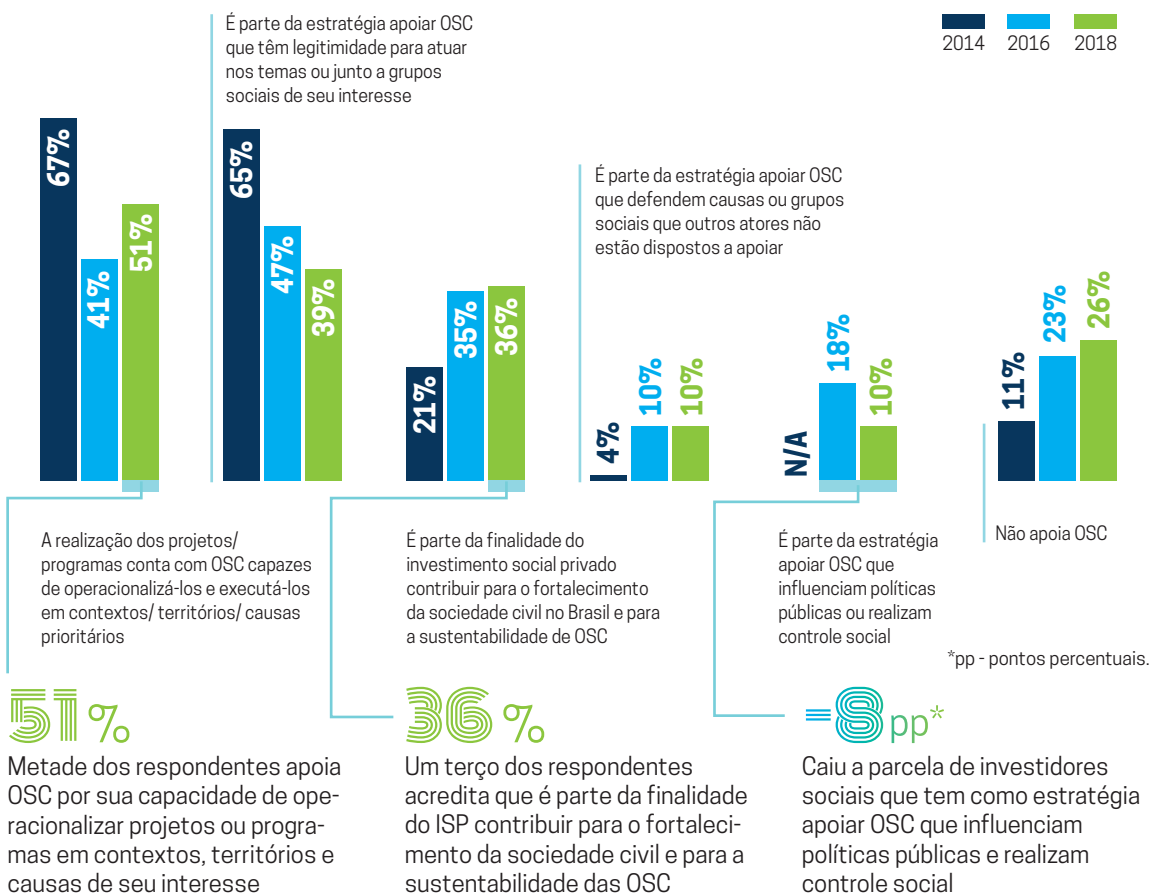
Gráfico 13: Organizações por critérios utilizados para selecionar OSC apoiadas



É interessante notar que critérios de representatividade e diversidade na equipe das OSC são considerados por apenas 11% dos investidores sociais para definir seu apoio, enquanto a confiabilidade e a transparência das OSC e de seus líderes, o conhecimento e a expertise nos temas e causas e sua capacidade de articulação com redes e outros atores são critérios preponderantes para mais da metade dos respondentes.

CRESCE A
COMPREENSÃO DE QUE
O FORTALECIMENTO
DA SOCIEDADE CIVIL
BRASILEIRA É PARTE
DA FINALIDADE DO
INVESTIMENTO SOCIAL

Gráfico 14: Organizações por dois principais motivos para apoiar OSC (2014, 2016 e 2018)



51%
Metade dos respondentes apoia OSC por sua capacidade de operacionalizar projetos ou programas em contextos, territórios e causas de seu interesse

Em relação aos motivos para apoiar OSC, a parcela de investidores sociais que reconhece como parte de sua estratégia o apoio a organizações que têm legitimidade para atuar com temas ou grupos sociais de seu interesse diminuiu de 65%, em 2014, para 39%, em 2018. Mais da metade dos respondentes (51%) aponta que seus projetos ou programas contam com OSC para operacionalizá-los e

36%
Um terço dos respondentes acredita que é parte da finalidade do ISP contribuir para o fortalecimento da sociedade civil e para a sustentabilidade das OSC

implementá-los nos contextos e territórios prioritários. Chama a atenção o fato de que o percentual de respondentes que compreende que é parte da finalidade do investimento social contribuir para o fortalecimento e a sustentabilidade das OSC cresceu de 21%, em 2014, para 36%, em 2018.

Por outro lado, o percentual de investidores sociais que reconhecem como parte de

18% / 10%
Caiu a parcela de investidores sociais que tem como estratégia apoiar OSC que influenciam políticas públicas e realizam controle social

sua estratégia apoiar organizações que influenciam políticas públicas ou realizam controle social diminuiu de 18%, em 2016, para 10% em 2018, enquanto manteve-se estável em 10% a proporção de respondentes cuja estratégia incorpora o apoio a OSC que defendem causas ou grupos sociais que outros não estão dispostos a apoiar.

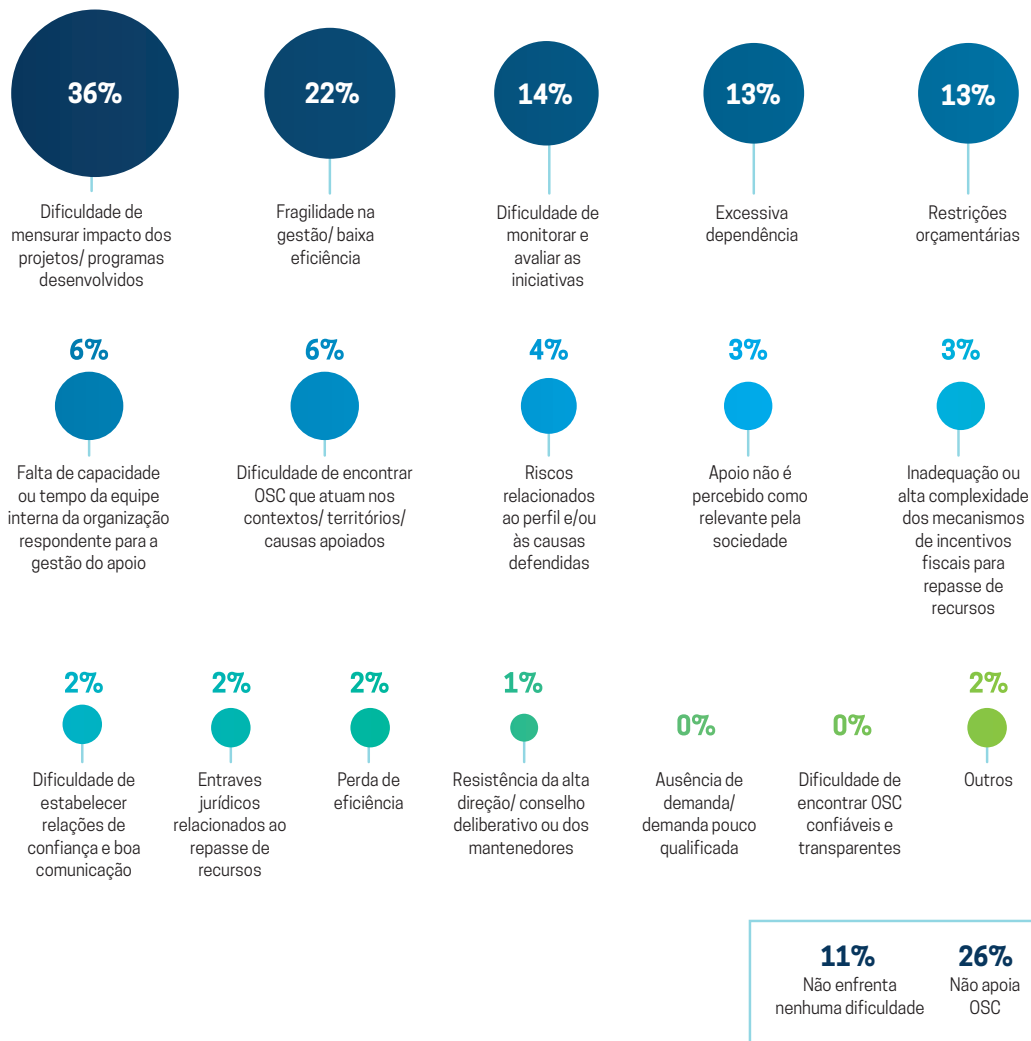
Em relação ao tipo de investidor, ao contrário de 2016, o percentual de respondentes que considera como parte da finalidade do investimento social contribuir para o fortalecimento da sociedade civil no Brasil e a sustentabilidade de OSC é

maior entre empresas (47%) e institutos e fundações empresariais (36%) e menor entre institutos e fundações independentes (33%) e familiares (31%). Também em comparação com 2016, a parcela de empresas que acredita que é parte de sua

estratégia apoiar organizações que influenciam políticas públicas ou realizam controle social diminuiu de 23% para 6%. Essa tendência de queda nesse motivo – ainda que menos acentuada – pode ser observada também nos demais perfis de investidores.

MONITORAMENTO,
AVALIAÇÃO E MENSURAÇÃO
DE IMPACTO SÃO AS
DIFICULDADES MAIS
MENCIONADAS PARA
APOIAR OSC

Gráfico 15: Organizações por duas principais dificuldades para apoiar OSC



Cerca de 11% dos investidores sociais não enfrentam dificuldades para apoiar OSC. No entanto, a mensuração do impacto dos projetos ou programas foi apontada como barreira por 36% dos respondentes, a fragilidade na gestão e a baixa eficiência de OSC, por 22%, e a dificuldade de monitorar e avaliar iniciativas de OSC, por 14%.

Entre empresas, o percentual de investidores sociais com dificuldades de mensurar o impacto de projetos ou

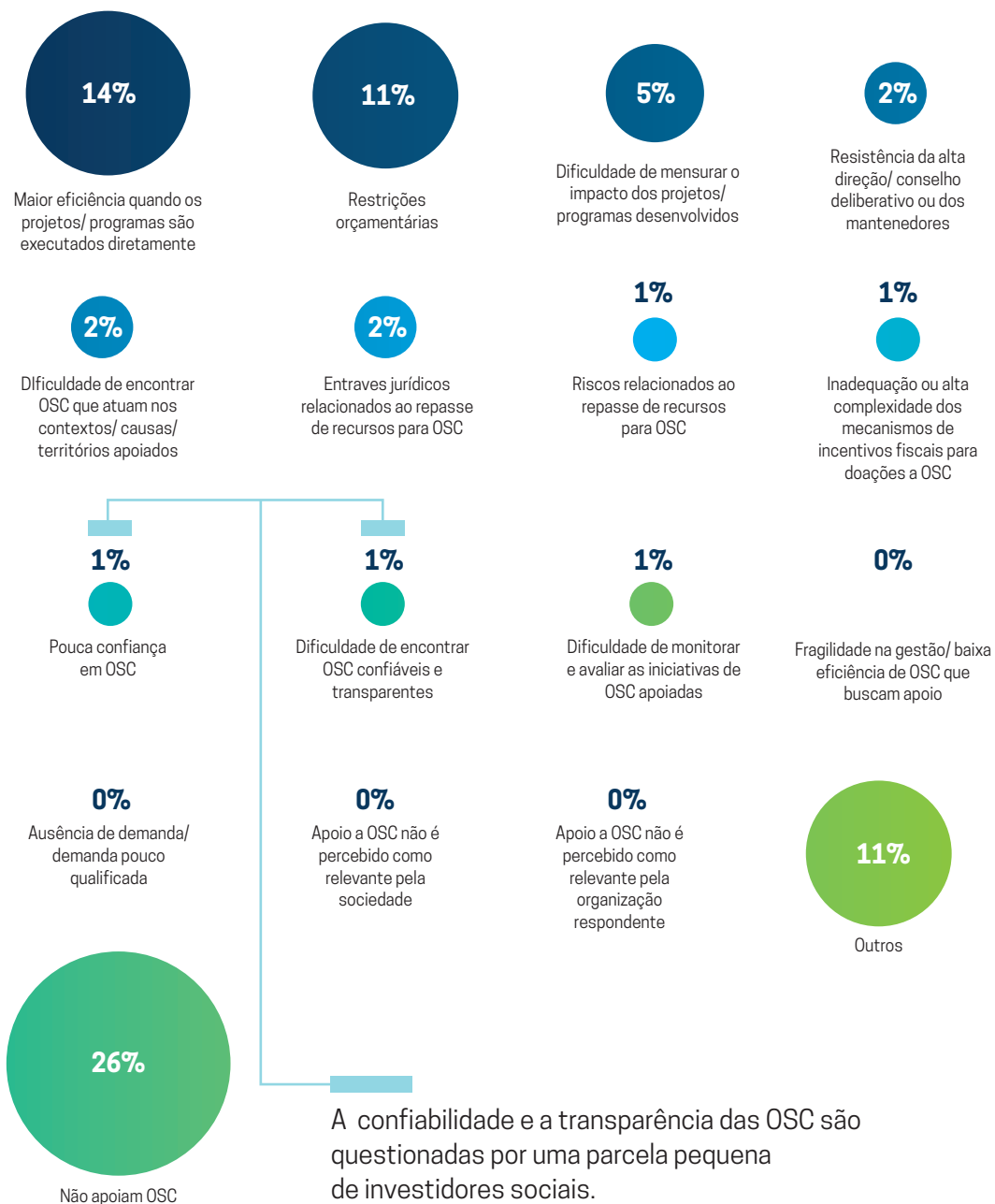
programas desenvolvidos por OSC chega a 65%; entre institutos e fundações independentes e familiares, esse percentual corresponde a 28%.

É possível perceber similaridades entre a percepção de dificuldades em apoiar e os motivos indicados para não apoiar OSC. Para as organizações que não apoiam, foi perguntado por quais motivos e 14% dos respondentes afirmam que

os projetos ou programas apresentam maior eficiência se executados diretamente, 11% sinalizam restrições orçamentárias e 5% mencionam dificuldades de mensurar o impacto das ações realizadas.

Uma parcela relevante de respondentes (11%) aponta outras motivações, principalmente razões mais conectadas ao fato de não ser parte de sua estratégia apoiar OSC.

Gráfico 16: Organizações por dois principais motivos para não apoiar OSC







COMO O INVESTIMENTO SOCIAL ESTÁ INSTITUCIONALIZADO?

Diante do desafio de fomentar um investimento social mais institucionalizado, alinhado com o sentido público de sua ação e com boas práticas de governança, transparência e gestão, este capítulo busca conhecer melhor as múltiplas dimensões que definem a institucionalidade dos investidores sociais.

Apresenta, em primeiro lugar, uma análise dos distintos aspectos relacionados ao modelo de governança das organizações e seu potencial para promover equilíbrio entre interesses públicos e privados, em diálogo com os diferentes

grupos que compõem a sociedade brasileira. Investiga também parâmetros de transparência e questões voltadas à gestão de pessoas, na tentativa de aprofundar o entendimento acerca das características do quadro de colaboradores que operam o investimento social nas organizações.

Identifica, ainda, os diversos caminhos percorridos pelos respondentes para alinhar o investimento social privado ao negócio das empresas mantenedoras, apontando tensões e oportunidades de fortalecimento mútuo.

Além disso, o capítulo traça um panorama sobre a problemática da gestão de riscos nas organizações e sua relação com esse tema nas respectivas empresas mantenedoras, de modo a verificar suas condições de contribuir para produzir respostas a crises e situações de emergência com qualidade e agilidade.

Por fim, aborda a percepção dos respondentes em relação a seu ambiente de atuação e à maneira pela qual lidam com os diferentes entraves e dilemas apresentados pelo contexto no qual estão inseridos.



GOVERNANÇA E TRANSPARÊNCIA

Uma primeira dimensão da governança investigada pelo Censo GIFE 2018 diz respeito à existência de um conselho deliberativo que supervisione e oriente as relações das organizações com suas partes interessadas, dando direcionamento estratégico para as políticas institucionais e conferindo maior equilíbrio ao processo de tomada de decisão e transparência na prestação de contas junto à sociedade.

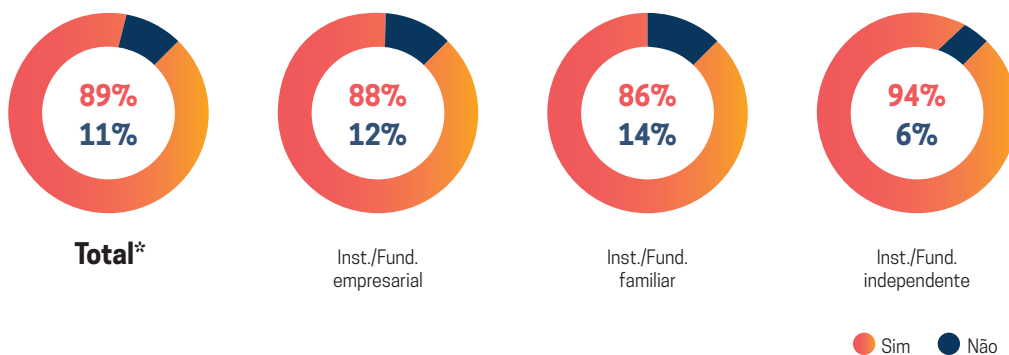
CONCEITO DE GOVERNANÇA

Por governança, o GIFE entende o sistema pelo qual as organizações são dirigidas, incentivadas e monitoradas, envolvendo o relacionamento entre conselho, equipe executiva e demais órgãos de controle. Boas práticas de governança convertem princípios em recomendações objetivas, alinhando interesses com a finalidade de preservar a reputação da organização e otimizar seu valor social, facilitando seu acesso a recursos e contribuindo para sua longevidade.

Fonte: GIFE & IBGC. **Guia das melhores práticas de governança para fundações e institutos empresariais**. 2014. Disponível em: <<https://sinapse.gife.org.br/download/guia-das-melhores-praticas-de-governanca-para-institutos-e-fundacoes-empresariais>>. Acesso em: 12 out. 2019.

GRANDE MAIORIA DAS ORGANIZAÇÕES CONTA COM CONSELHO ESTRUTURADO

Gráfico 1: Institutos e fundações* por existência de conselho deliberativo e tipo de investidor



*Nota: Abrange 116 organizações, excluindo as 17 empresas.

Em linha com a tendência observada no Censo 2016, a ampla maioria das organizações (89%) conta com conselho deliberativo estruturado, com destaque para institutos e fundações independentes, nos quais essa parcela corresponde

a 94% do total, seguido por institutos e fundações empresariais (88%) e institutos e fundações familiares (86%). No entanto, entre 2016 e 2018, cresceu de 9% para 11% a proporção de respondentes sem conselho deliberativo.

Considerando que a composição do conselho pode variar em função das características e especificidades de cada organização, buscou-se compreender os tipos de membros que conformam esse colegiado, bem como seu perfil em termos de gênero e raça.

TIPOS DE CONSELHEIROS

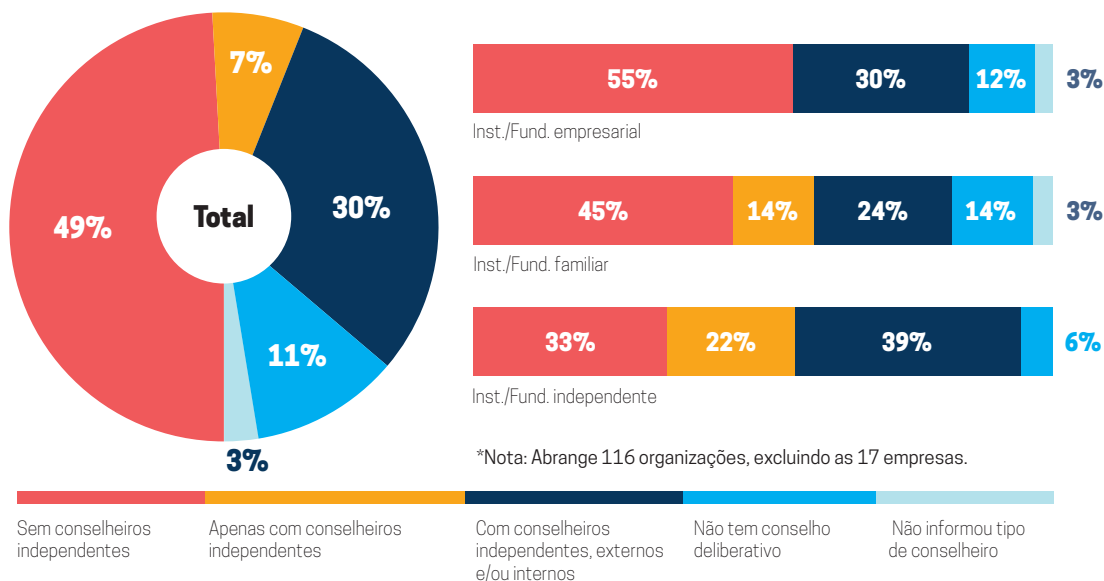
Conselheiros internos: fazem parte da estrutura de gestão da organização, com vínculo empregatício. Por exemplo: diretores ou funcionários da organização, voluntários. Não inclui colaboradores dos mantenedores.

Conselheiros externos: não têm vínculo atual com a organização, mas não são independentes: apresentam alguma ligação com a organização ou com seus mantenedores. Por exemplo: associados, ex-diretores e ex-funcionários nos últimos três anos, profissionais que prestam serviços à organização ou aos seus mantenedores, sócios ou funcionários dos mantenedores, parentes próximos de acionistas ou de diretores da organização ou de seus mantenedores.

Conselheiros independentes: não têm vínculo atual ou nos últimos três anos com a organização, com seus mantenedores ou com seus funcionários e parceiros. Por exemplo: não integram nem têm participação relevante no mantenedor da organização; não são nem foram empregados da organização, de seus mantenedores ou subsidiárias; não recebem remuneração nem oferecem serviços para a organização ou sua mantenedora; não são dirigentes nem beneficiários de entidades que recebam recursos financeiros da organização; não são cônjuges nem parentes de qualquer pessoa que esteja em qualquer uma das situações mencionadas.

METADE DAS ORGANIZAÇÕES NÃO TÊM CONSELHEIROS INDEPENDENTES

Gráfico 2: Institutos e fundações* por composição do conselho deliberativo e tipo de investidor



Ainda que o modelo de governança da ampla maioria das organizações (89%) contemple a existência de um conselho deliberativo – o que por si só já é considerada boa prática –, 49% delas não contam com conselheiros independentes em sua estrutura, proporção que sobe para 55% quando se observa apenas institutos e fundações empresariais.

COMPOSIÇÃO
DOS CONSELHOS
GANHA CARÁTER
MAIS PLURAL
EM TERMOS DE
GÊNERO E RAÇA

A parcela que conta somente com conselheiros homens diminuiu em todos os tipos de organizações, com destaque para uma queda mais acentuada em institutos e fundações familiares e independentes. A exclusividade da presença masculina em conselhos deliberativos que, em 2016, era uma realidade para 18% dos institutos e fundações familiares, passou a valer para apenas 3% deles em 2018. Em institutos e fundações independentes, o percentual caiu de 13% para 6% do total.

APESAR DOS AVANÇOS, POPULAÇÃO FEMININA E NEGRA AINDA PERMANECE SUB-REPRESENTADA

Gráfico 3: Institutos e fundações* por presença exclusiva de homens no conselho deliberativo e tipo de investidor (2016 e 2018)

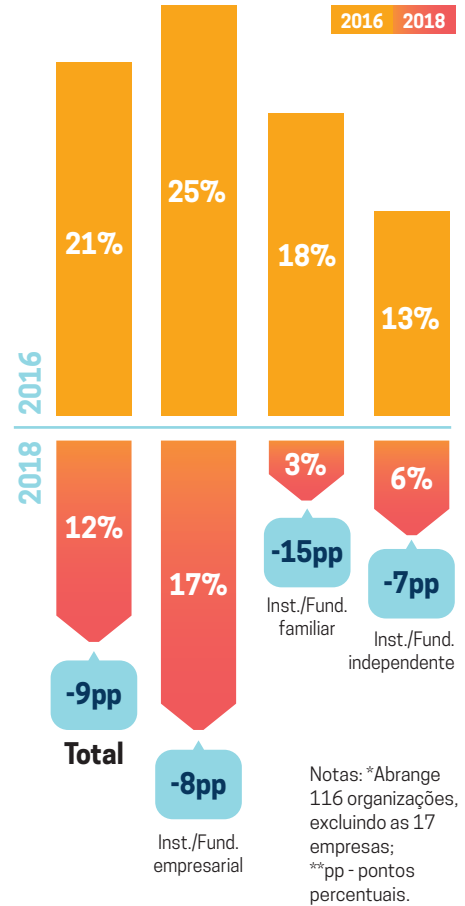
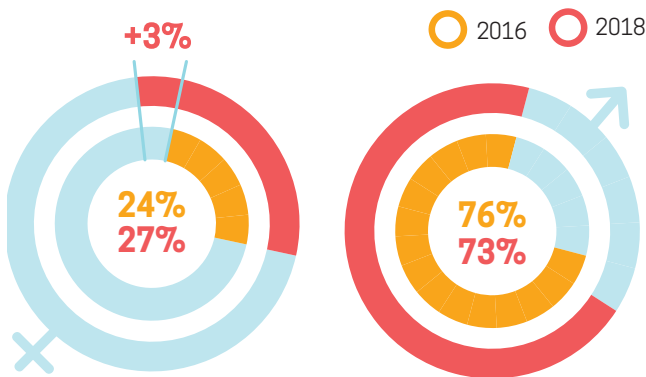


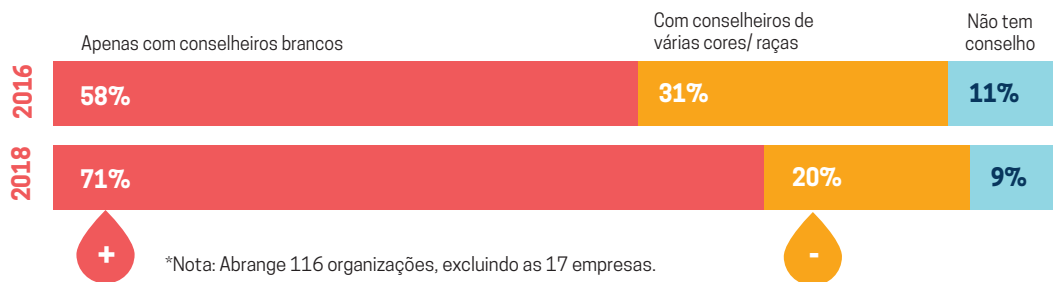
Gráfico 4: Proporção de conselheiros(as) por gênero nos conselhos deliberativos (2016 e 2018)



No montante total de membros dos conselhos, a proporção de mulheres cresceu 3 pontos percentuais, subindo de 24% em 2016 para 27% em 2018, o que indica que, apesar da melhoria recente, **ainda há oportunidade para tornar os conselhos mais plurais.** →

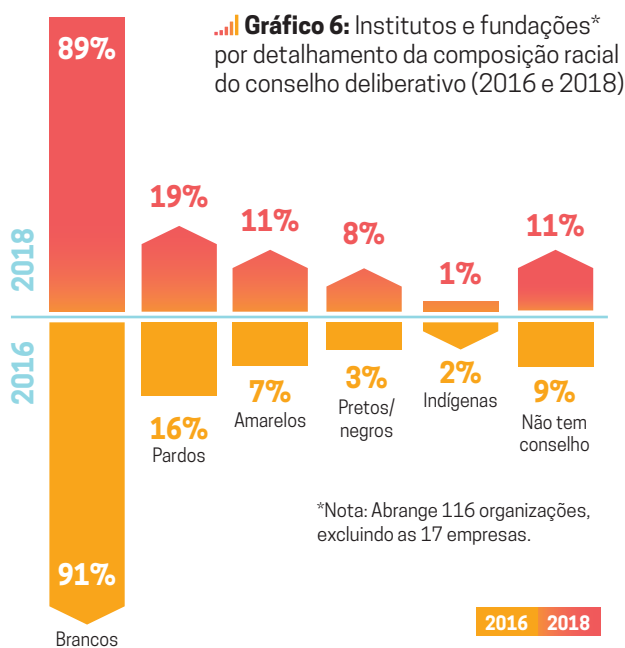
→ As conclusões são as mesmas quando considerados parâmetros de diversidade racial. Por um lado, a parcela de organizações que conta exclusivamente com pessoas brancas caiu de 71% para 58% entre 2016 e 2018, e a proporção de investidores sociais com conselheiros de diferentes cores/raças subiu de 20% para 31%.

Gráfico 5: Institutos e fundações* por composição racial do conselho deliberativo (2016 e 2018)



Por outro lado, apesar de a maior parcela da população brasileira ser composta por pessoas pretas e parda*, somente 8% das organizações contam com negros em seu conselho deliberativo e 19% delas têm conselheiros pardos. Assim, nota-se uma melhora dos indicadores em relação a 2016, quando esses valores correspondiam respectivamente a 3% e 16% do total de respondentes. No entanto, no caso da população indígena, sua presença nessas instâncias, que já era pequena em 2016, caiu de 2% para 1% em 2018.

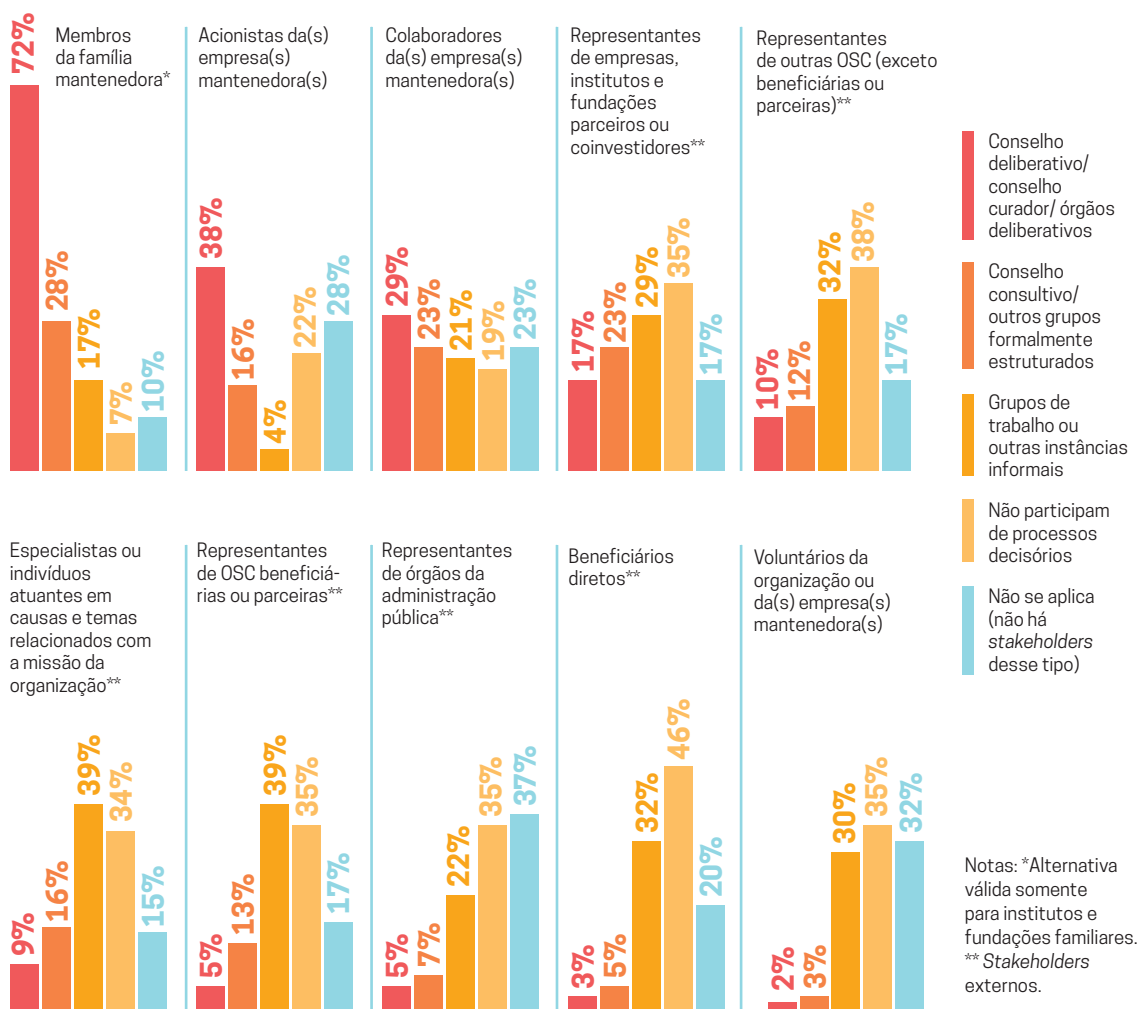
*Fonte: IBGE. **A Síntese dos Indicadores Sociais 2015 - Uma Análise das Condições de Vida da População Brasileira.** Rio de Janeiro: IBGE, 2016.



Além de focar os conselhos, o Censo GIFE se propôs a compreender como se dá a participação de diferentes *stakeholders* no processo de tomada de decisão das organizações, ainda que apenas com aconselhamentos e sugestões, tendo em vista a dimensão pública do investimento social privado e a importância de diferentes perspectivas e visões acerca de suas múltiplas atuações.

ATORES EXTERNOS TÊM MENOR PARTICIPAÇÃO EM INSTÂNCIAS DE DECISÃO MAIS PERENES, EFETIVAS E INSTITUCIONALIZADAS

Gráfico 7: Organizações por participação de *stakeholders* nas instâncias de tomada de decisão



Os dados revelam que, quanto mais alta a instância decisória, maior a participação de membros da família mantenedora (no caso de institutos e fundações familiares) e de acionistas das empresas mantenedoras (no caso de organizações com mantenedores empresariais). ➔

→ A título de exemplo, os membros da família mantenedora participam de órgãos deliberativos em 72% das organizações, de conselhos consultivos em 28% e de grupos de trabalho em 17% dos casos. Já os acionistas das empresas mantenedoras têm presença nessas

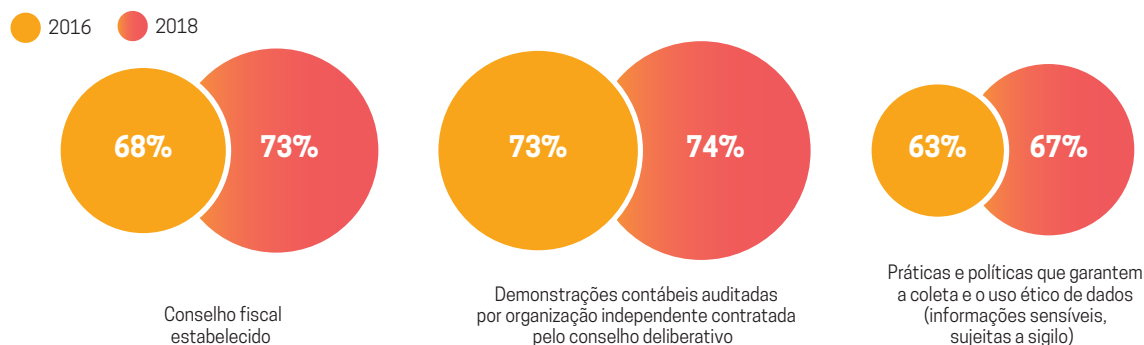
estruturas, respectivamente, de 38%, 16% e 4%.

Simultaneamente, há uma tendência oposta no caso de *stakeholders* externos, cuja presença tende a ser maior justamente em conselhos consultivos e instâncias informais de decisão em detrimento de órgãos

deliberativos. O que pode ser observado em relação a representantes de empresas, institutos e fundações parceiras, coinvestidores, especialistas em causas relacionadas com a missão da organização, além de representantes de OSC e de órgãos da administração pública.

ORGANIZAÇÕES AVANÇAM NA ADOÇÃO DE BOAS PRÁTICAS DE CONTROLE FINANCEIRO E USO DE DADOS

Gráfico 8: Organizações por práticas e políticas de controle financeiro e uso de dados (2016 e 2018)



Em 2018, a existência de um conselho fiscal era realidade em 73% das organizações, sendo que, no caso de institutos e fundações empresariais e familiares, esse valor chegou a 86%, enquanto no grupo de institutos e fundações independentes esse percentual equivalia a 72%.

A existência de auditoria independente das demonstrações contábeis cresceu de 73% para 74% dos respondentes, com destaque para institutos e fundações independentes, cuja totalidade de organizações incorpora essa prática.

Em seguida, estão institutos e fundações empresariais (86%) e familiares (76%).

Em relação à coleta e ao uso ético de dados, 94% de institutos e fundações independentes têm práticas e políticas em vigor, bem como 80% de empresariais e 59% de familiares.

SAIBA MAIS: Acesse os Indicadores GIFE de Governança: <https://gife.org.br/indicadores-gife-de-governanca>

PROJETOS E PROGRAMAS SÃO DIFUNDIDOS AMPLAMENTE, MAS RELATÓRIOS DE AVALIAÇÃO DAS INICIATIVAS SÃO MENOS DIVULGADOS

Tabela 1: Organizações por divulgação de informações e tipo de público

| | Divulga no site ou outros veículos de acesso público | Divulga apenas para públicos específicos | Não divulga | Não tem/ não se aplica |
|---|--|--|-------------|------------------------|
| Principais projetos, programas, ações e atividades | 94% | 6% | 0% | 0% |
| Informações de contato | 89% | 6% | 4% | 1% |
| Missão e visão | 86% | 1% | 0% | 14% |
| Relatórios de atividades/ balanço social | 74% | 17% | 6% | 2% |
| Composição da equipe executiva | 60% | 20% | 6% | 14% |
| Demonstrações contábeis | 55% | 32% | 13% | 1% |
| Composição do conselho deliberativo | 53% | 20% | 5% | 23% |
| Critérios utilizados na seleção de projetos ou programas apoiados | 48% | 19% | 14% | 20% |
| Editais para a seleção de projetos, programas ou organizações a apoiar | 47% | 12% | 5% | 36% |
| Editais de processos seletivos para colaboradores ou prestadores de serviço | 41% | 26% | 5% | 28% |
| Relatório de auditores independentes sobre demonstrações contábeis | 40% | 26% | 17% | 17% |
| Estatuto | 35% | 35% | 16% | 14% |
| Informações sobre planejamento/ diretrizes estratégicas | 32% | 52% | 15% | 1% |
| Relatórios de avaliação de projetos, programas ou organização | 23% | 38% | 23% | 15% |
| Outros | 4% | 1% | 0% | 95% |

94%

Informações sobre projetos, programas, ações e atividades são as mais difundidas pela maioria absoluta das organizações.

52%

Mais da metade das organizações divulga informações sobre seu planejamento estratégico apenas para alguns públicos específicos.

23%

1 em cada 4 organizações não divulga relatórios de avaliação.

40%

divulga mais estatuto, relatórios de avaliação e demonstrações contábeis parcialmente

40%

das organizações divulgam documentos de auditores independentes sobre demonstrações financeiras publicamente, apesar de 74% delas terem esses relatórios.

SAIBA MAIS: Acesse o Painel GIFE de Transparência: <http://gife.org.br/painel-gife-de-transparencia>



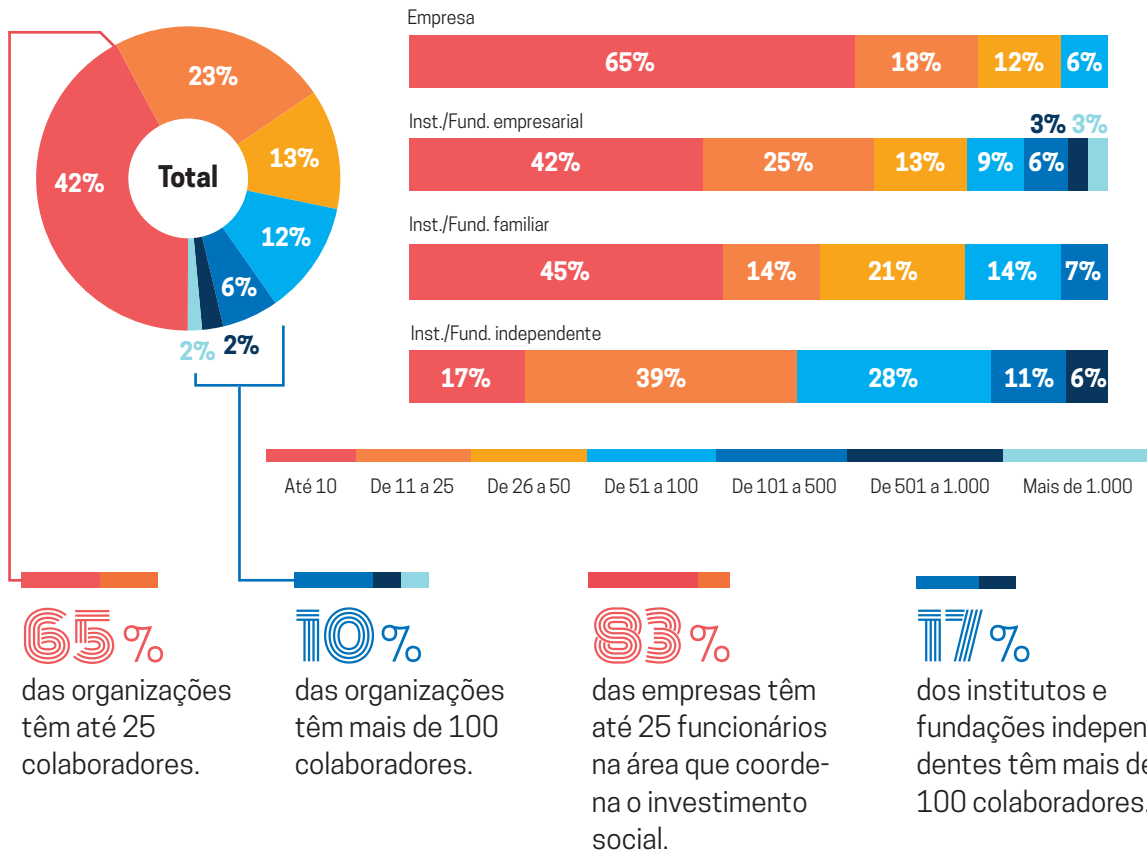
GESTÃO DE PESSOAS

INSTITUTOS E FUNDAÇÕES INDEPENDENTES CONTAM COM EQUIPES MAIORES

Do ponto de vista do número de funcionários, os respondentes do Censo GIFE 2018 são majoritariamente de pequeno porte.



Gráfico 9: Organizações por número de funcionários e tipo de investidor



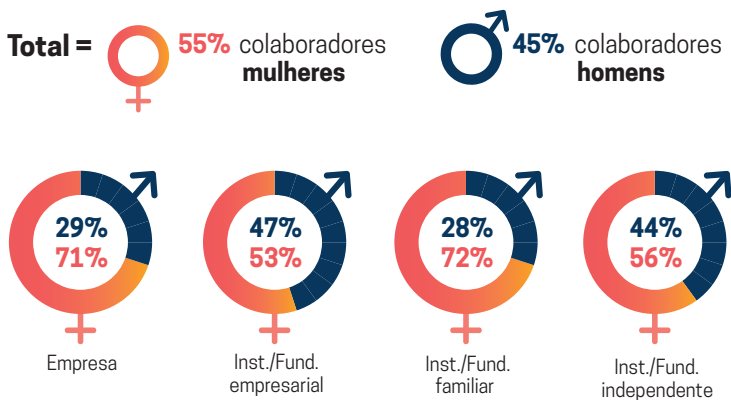
Entre as empresas, 65% contam com até 10 funcionários na área que coordena o investimento social, mantendo a tendência das três últimas edições do Censo GIFE. Esse tamanho de equipe reduzido pode estar associado ao perfil mais doador das empresas,

que repassam mais recursos para iniciativas de terceiros, além de parte das atividades (de caráter jurídico ou administrativo, por exemplo) ser absorvida por outros departamentos ou setores da empresa. Já institutos e fundações independentes são organizações que con-

tam com equipes maiores, sendo que 39% têm de 11 a 25 funcionários, 39%, de 51 a 100 funcionários e 17% contam com mais de 100 pessoas na equipe. Essa diferença guarda relação com o perfil mais executor desse tipo de investidor social, que implementa mais projetos ou programas diretamente.

PREDOMINAM MULHERES NAS EQUIPES DAS ORGANIZAÇÕES

Gráfico 10: Proporção de colaboradores por gênero e tipo de investidor



Se, por um lado, as mulheres ainda são sub-representadas nos conselhos deliberativos, por outro um olhar atento sobre as equipes de trabalho revela que elas são a maioria dos colaboradores em todos os perfis de investidores sociais, o que denota uma oportunidade de fortalecer iniciativas internas de promoção de diversidade e inclusão nos diferentes níveis hierárquicos da estrutura organizacional dos respondentes.

Nesse sentido, o GIFE realiza bianualmente uma pesquisa organizacional, complementar ao Censo, que aborda práticas e políticas salariais, de benefícios e gestão de pessoas dos investidores sociais, além de pontos específicos relacionados à governança. A pesquisa realizada em 2019 foi estendida a todos os associados GIFE pela primeira vez e contou com a participação de 64 organizações. Os resultados revelam que ainda é pequena a parcela de investidores sociais que conta com políticas internas de promoção da diversidade e inclusão ou que tem metas para contratação de públicos específicos.

INVESTIDORES SOCIAIS AINDA PODEM AVANÇAR NAS INICIATIVAS INTERNAS DE PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Gráfico 11: Organizações por política de promoção da diversidade e inclusão (2019)

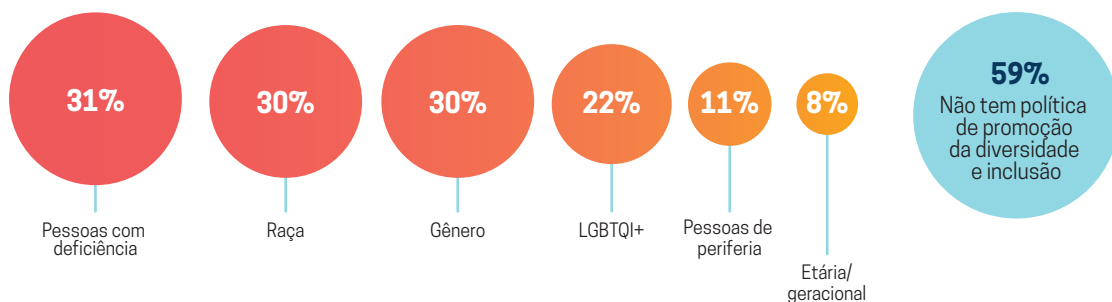
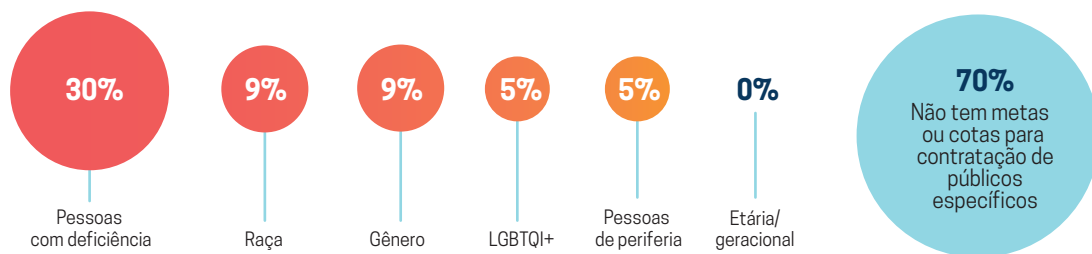
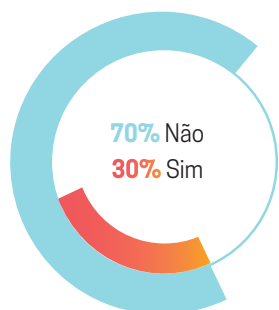


Gráfico 12: Organizações por metas ou cotas para contratação de públicos específicos (2019)



A maioria das organizações (59%) não têm políticas para inclusão de públicos específicos e apenas 3 em cada 10 organizações contam com metas ou cotas para sua contratação, com destaque para aquelas relacionadas a pessoas com deficiência. Enquanto 30% das organizações dizem ter políticas para a inclusão de mulheres ou o aumento da diversidade de raças, apenas 9% têm metas para contratar colaboradores que atendam a esses perfis.

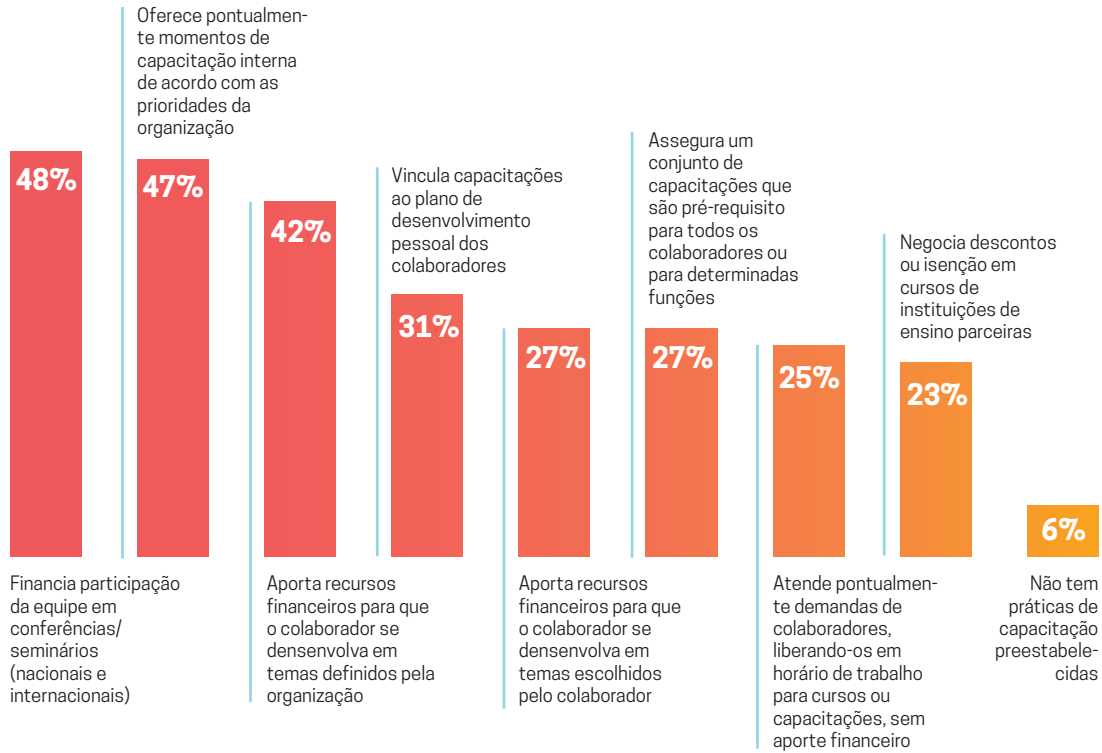
Gráfico 13: Organizações por iniciativas de formação em temas de diversidade e inclusão (2019)



Apenas 1 em cada 3 respondentes tem iniciativas de formação dos colaboradores em temas voltados à diversidade e inclusão.

Além disso, o tema da diversidade ainda é pouco trabalhado junto aos colaboradores. Contudo, a grande maioria dos investidores sociais prevê outras iniciativas de capacitação para seus colaboradores, sendo que uma pequena parcela (6%) não tem práticas de capacitação preestabelecidas.

Gráfico 14: Organizações por iniciativas de capacitação de seus colaboradores (2019)



Em relação às políticas de remuneração, 33% dos investidores sociais têm programa próprio de remuneração variável, além do previsto na convenção coletiva da categoria e, em 86% desses casos, a remuneração variável se aplica a todos os níveis hierárquicos. Em 10% desses 33% que têm remuneração variável, abrange somente diretores(as) e o mesmo percentual oferece remuneração variável apenas para os níveis de coordenação ou supervisão.

Gráfico 15: Organizações por programa próprio de remuneração variável (2019)

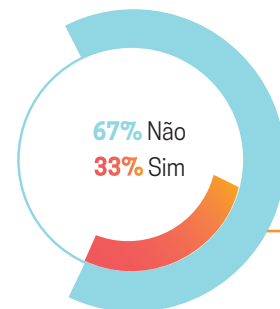
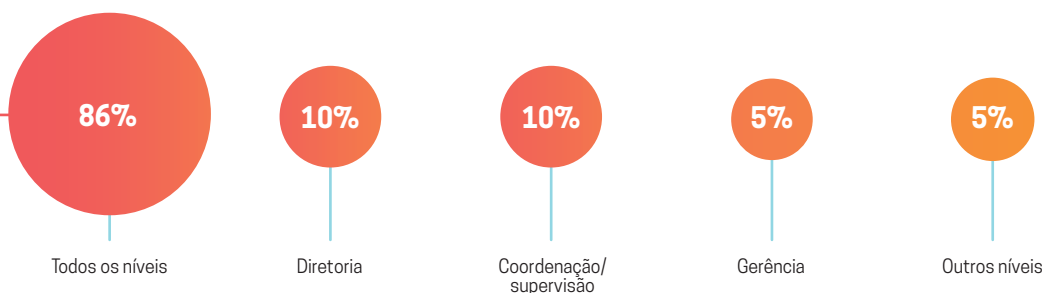


Gráfico 16: Organizações com programa próprio de remuneração variável por abrangência do programa (2019)



Os respondentes que oferecem remuneração variável a vinculam principalmente a indicadores de resultados gerais da organização (em 86% dos casos). Em segundo lugar, aparecem empatados o vínculo a indicadores de projetos ou programas ou de áreas ou departamentos específicos e a indicadores de desempenho individual (52%). Indicadores de resultados da empresa mantenedora e indicadores comportamentais são menos comuns e correspondem, respectivamente, a 33% e 24% do total.

Gráfico 17: Organizações com programa próprio de remuneração variável por critério para pagamento (2019)

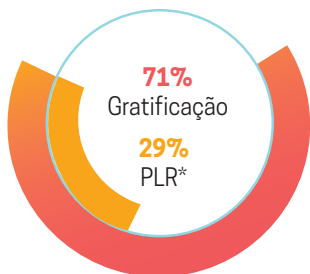
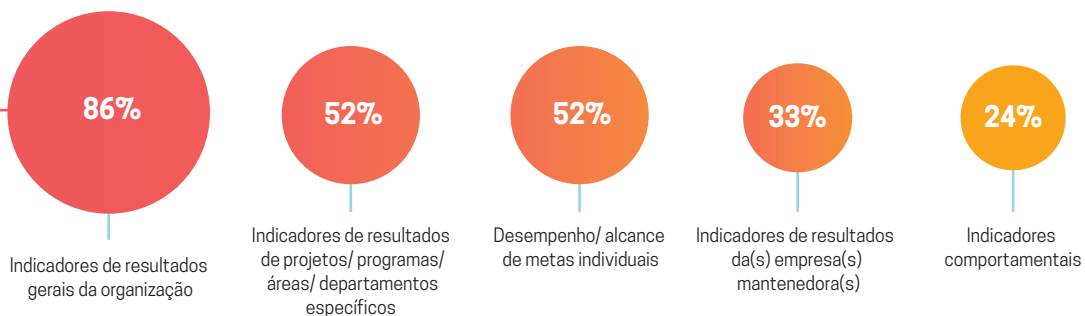


Gráfico 18: Organizações com programa próprio de remuneração variável por forma de pagamento (2019)

Na maioria das organizações (71%), a remuneração variável é paga por meio de gratificações; apenas 29% das organizações adotam o pagamento por participação nos lucros e resultados.

*PLR - Participação nos lucros e resultados



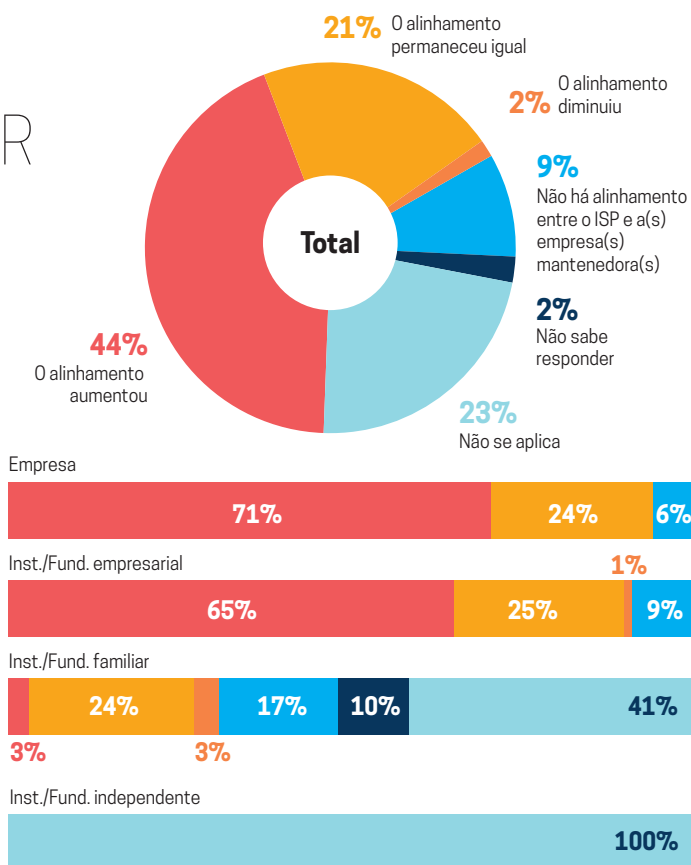
ALINHAMENTO COM O NEGÓCIO

O alinhamento entre o investimento social e o negócio vem sendo percebido pelo setor como uma tendência, aproximando o diálogo entre os movimentos de sustentabilidade e responsabilidade social empresarial da atuação de institutos e fundações de origem principalmente empresarial, ainda que esse deslocamento possa também impactar institutos e fundações familiares que tenham vínculos com empresas das famílias mantenedoras. Os caminhos percorridos por empresas e seus institutos e fundações, nesse sentido, não têm sido homogêneos, na medida em que apresentam tensões, desafios e contornos diversos, ao mesmo tempo que expõem oportunidades de fortalecimento mútuo.

ORGANIZAÇÕES PERCEBEM MAIOR ALINHAMENTO ENTRE O INVESTIMENTO SOCIAL E O NEGÓCIO

Gráfico 19: Organizações por percepção de alinhamento entre ISP e o negócio das empresas mantenedoras nos últimos dois anos*

Quando perguntadas a respeito de sua percepção sobre o alinhamento entre o investimento social e o negócio da empresa mantenedora nos últimos dois anos, 44% das organizações apontaram um movimento de ampliação.



*Nota: Pergunta não se aplica para institutos/ fundações independentes e para institutos/ fundações familiares sem relação com empresas da família mantenedora.

Como esperado, esse valor é influenciado principalmente por empresas, nas quais a percepção de aumento prevalece para 71% dos respondentes, e por institutos e fundações →

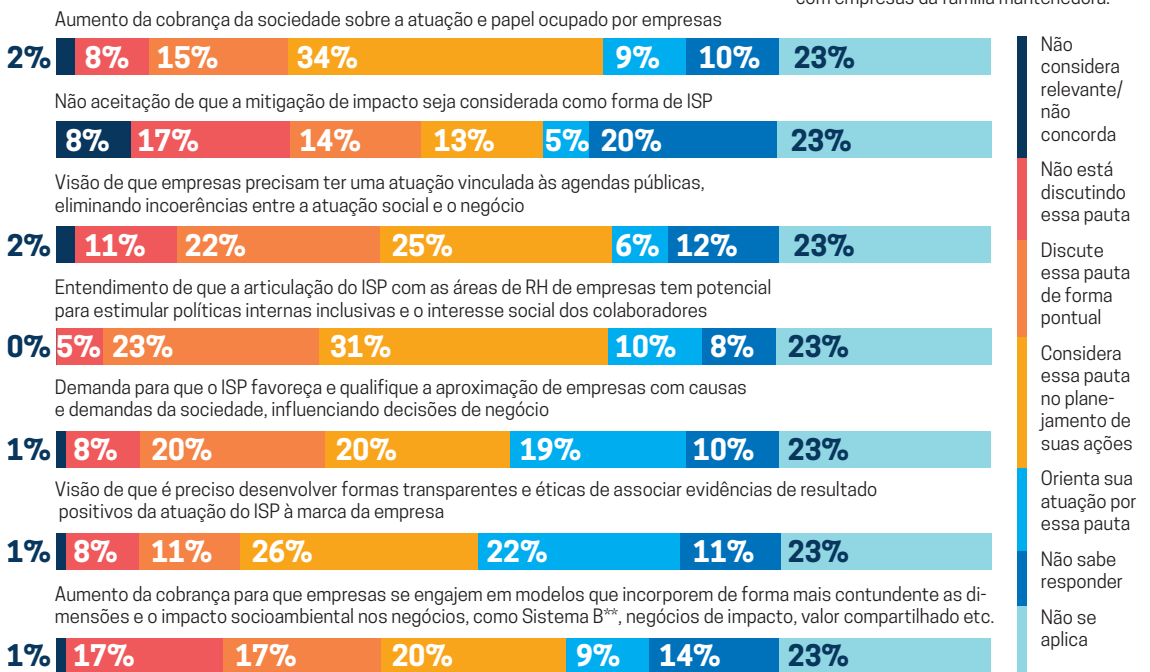
→ empresariais, dos quais apenas 3% indicaram diminuição do alinhamento no último biênio. No último caso, predomina a impressão de que o alinhamento permaneceu igual em 25% das organizações.

Ainda que 43% dos respondentes orientem seu planejamento e atuação pela percepção de que há um aumento de cobrança na sociedade sobre o papel e atuação das empresas, uma parcela menor de organizações (39%) o faz a partir

do entendimento de que o investimento social favorece e qualifica a aproximação de empresas com causas e demandas da sociedade, influenciando decisões de negócio; outros 20% discutem essa pauta apenas pontualmente.

Gráfico 20: Organizações por pautas relativas ao alinhamento entre o ISP e o negócio das empresas mantenedoras*

*Nota: Pergunta não se aplica para institutos/ fundações independentes e para institutos/ fundações familiares sem relação com empresas da família mantenedora.



Nota: Sistema B é um movimento global que tem o objetivo de apoiar e certificar empresas que criam produtos e serviços voltados para resolver problemas socioambientais. Fonte: NOSSA CAUSA. **Sistema B o que é isso?.2019. Disponível em: <<https://nossacausa.com/sistema-b-o-que-e-isso/>>. Acesso em: out/2019.

20%

das organizações apenas discutem de forma pontual a percepção de que o investimento social favorece e qualifica a aproximação de empresas com causas e demandas da sociedade.

39%

dos respondentes orientam seu planejamento ou atuação pela percepção de que o investimento social favorece e qualifica a aproximação de empresas com causas e demandas da sociedade.

43%

dos respondentes consideram em seu planejamento ou orientam sua atuação pela visão de que é preciso desenvolver formas transparentes e éticas de associar evidências de resultados positivos da atuação do ISP à marca da empresa.

Contudo, cerca de metade (48%) dos respondentes considera em seu planejamento ou orienta sua atuação pela visão de que é preciso desenvolver formas transparentes e éticas de associar evidências de resultados positivos da atuação

do ISP à marca da empresa. O tema menos presente nas organizações (25%) é a ideia de que a mitigação de impacto não é aceita como uma forma de investimento social.

Na visão de como o alinhamento pode contribuir

com a empresa, 41% das organizações orientam seu planejamento e atuação pelo entendimento de que a articulação do ISP com as áreas de recursos humanos de empresas tem potencial para estimular políticas internas inclusivas e interesse social dos colaboradores.

O QUE SÃO INVESTIMENTOS NÃO VOLUNTÁRIOS?

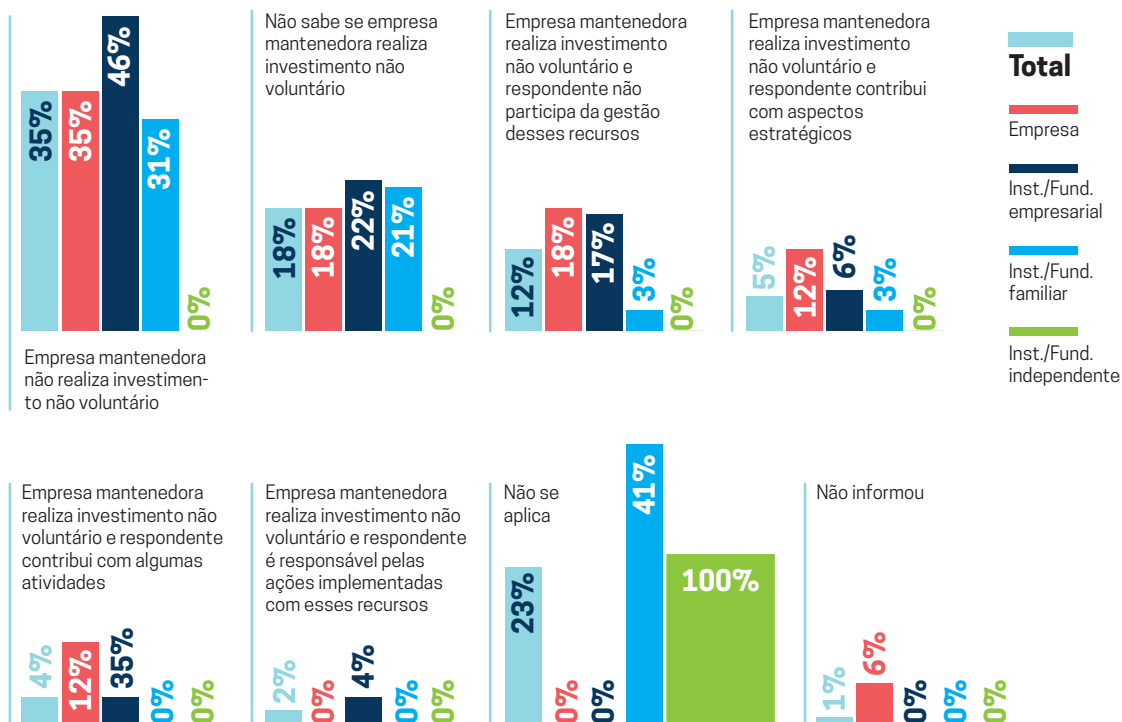
São aqueles decorrentes de exigências contratuais, legais e/ ou decisões judiciais, ou seja, não realizados por deliberação única da organização. Por exemplo: licenciamento ambiental e/ ou urbanístico (estudos de impacto, compensações ou condicionantes), Termos de Ajustamento de Conduta (TAC), contrapartidas, condições exigidas pelo financiador (como subcrédito social do BNDES), entre outras obrigações.

Em relação à participação dos respondentes no investimento não voluntário realizado pelas respectivas empresas mantenedoras, 5% afirmam contribuir com aspectos estratégicos, outros 4% revelam executar

algumas atividades relacionadas, enquanto somente 2% indicam ser diretamente responsáveis pelas iniciativas. Interessante notar que esses percentuais eram bastante próximos em 2016 e, portanto, mantiveram-se estáveis.

É mais comum que as áreas que realizam investimentos sociais nas empresas contribuam com os investimentos sociais compulsórios, seja zelando por aspectos estratégicos ou como responsáveis por algumas atividades (24% dos casos).

Gráfico 21: Organizações por influência no ISP não voluntário realizado pelas empresas mantenedoras*



*Nota: Pergunta não se aplica para institutos/ fundações independentes e para institutos/ fundações familiares sem relação com empresas da família mantenedora.

Os indicadores analisados podem sugerir a existência de outra institucionalidade, que dificulta a influência dos respondentes nos investimentos não voluntários das empresas, ou indicar

uma decisão deliberada das empresas de manter a separação entre investimentos voluntários e não voluntários. Nesse sentido, chama a atenção o fato de que nenhuma área responsável

pelos investimentos sociais nas empresas tenha se declarado como diretamente responsável pelas ações implementadas em decorrência de investimentos não voluntários.



GESTÃO DE RISCOS

Uma das importantes dimensões da governança das organizações diz respeito à gestão de riscos e ao gerenciamento de crises, que contribuem de maneira importante para a sustentabilidade e a longevidade institucional. Os riscos podem ser de natureza operacional, financeira, regulatória, estratégica, tecnológica, sistêmica, social e ambiental e devem ser gerenciados para subsidiar a tomada de decisão pelos administradores. A gestão de riscos constitui, portanto, princípio fundamental para a sustentabilidade das organizações*.

*Fonte: IBGC. **Código das melhores práticas de governança corporativa**. 5.ed. Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. São Paulo, SP: IBGC, 2015, p. 91.

CONCEITOS DE CRISE E RISCO

Crise: qualquer evento ou percepção negativa que possa trazer danos à imagem da organização ou prejudicar seu relacionamento com sociedade, clientes, acionistas, investidores, parceiros, órgãos reguladores, poder público e demais *stakeholders*, com potencial de provocar prejuízos significativos.

Fonte: DELOITTE & IBRI. **Manual para gestão de crises e relacionamento com investidores da Deloitte**. 2015, p. 5. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/risk/Manual-Gestao-Crisis-para-RI.pdf>>. Acesso em: out. 2019.

Risco: efeito da incerteza nos objetivos definidos em diferentes níveis (tais como estratégico, em toda a organização, de projeto, de produto e de processo). Um efeito é um desvio em relação ao esperado – positivo e/ou negativo. O risco é muitas vezes expresso em termos de uma combinação de consequências de um evento (incluindo mudanças nas circunstâncias) e sua probabilidade de ocorrência associada.

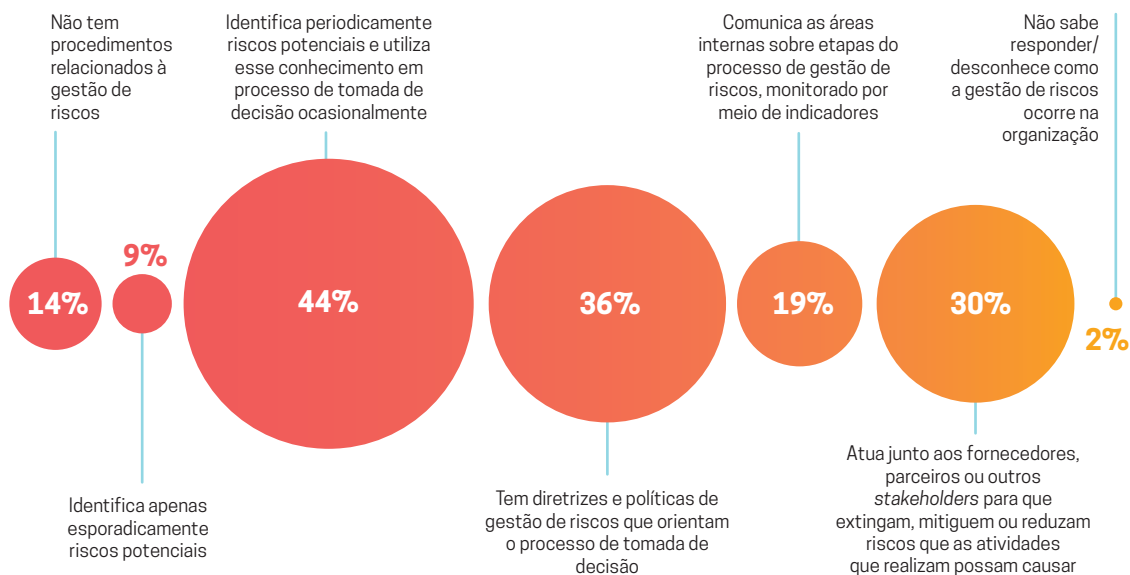
Fonte: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR ISO 31000** - Gestão de Riscos, Princípios e Diretrizes. 2009.

GESTÃO DE RISCOS PODE SER MAIS BEM TRABALHADA POR INVESTIDORES SOCIAIS

Pela primeira vez, o Censo GIFE abordou o tema de gestão de riscos. Quando perguntados a respeito da estrutura para a gestão de riscos oriundos de sua própria atuação, apenas 36%

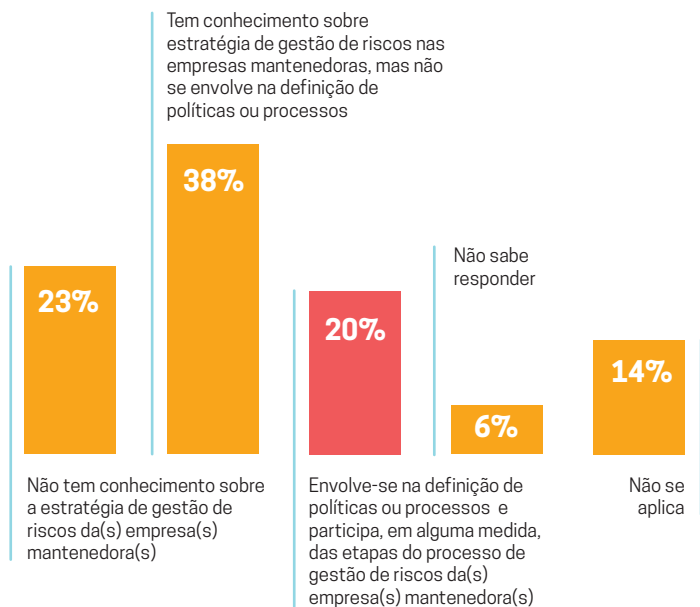
dos respondentes afirmaram contar com diretrizes e políticas que orientam o processo de tomada de decisão e 44% mencionaram identificar periodicamente riscos potenciais e utilizar ocasionalmente esse conhecimento em processos de tomada de decisão, o que sinaliza uma oportunidade de aprofundamento dessa agenda junto às organizações.

Gráfico 22: Organizações por práticas de gestão de risco



A proporção de respondentes que desconhece a estratégia de gerenciamento de riscos na empresa mantenedora corresponde a 23%, sendo superior à parcela de organizações que se envolve nessa agenda junto às empresas mantenedoras (20%). Outros 6% não sabem responder sobre a relação da organização com a estratégia de gestão de risco das respectivas empresas mantenedoras.

Gráfico 23: Organizações por envolvimento nas práticas de gestão de riscos nas empresas mantenedoras*

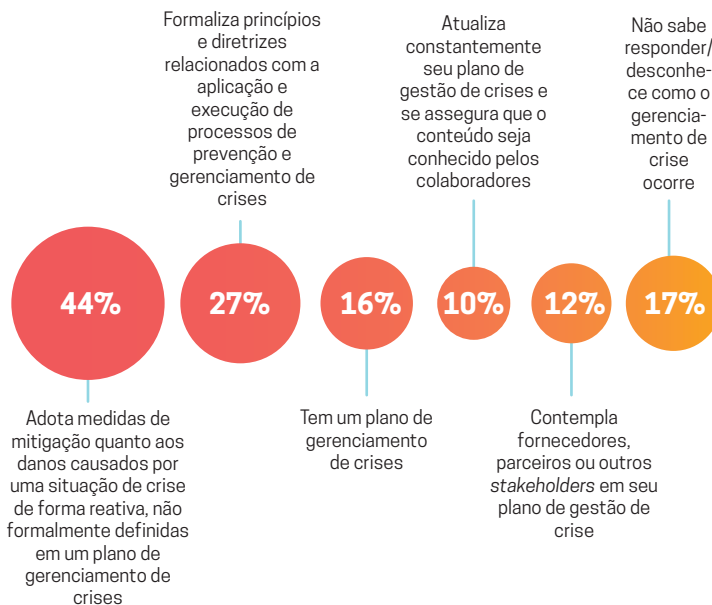


Somente 1 em cada 5 respondentes se envolve na gestão de riscos da empresa mantenedora

*Nota: Pergunta não se aplica para institutos/ fundações independentes.

Quando o assunto é gestão de crises, quase metade das organizações (44%) adota medidas de mitigação quanto aos danos causados por uma situação de crise de forma reativa, sem um plano formal. Outros 27% contam com princípios e diretrizes formais relacionadas a processos de prevenção e gerenciamento de crises. Apenas 16% têm um plano de gerenciamento de crises estruturado.

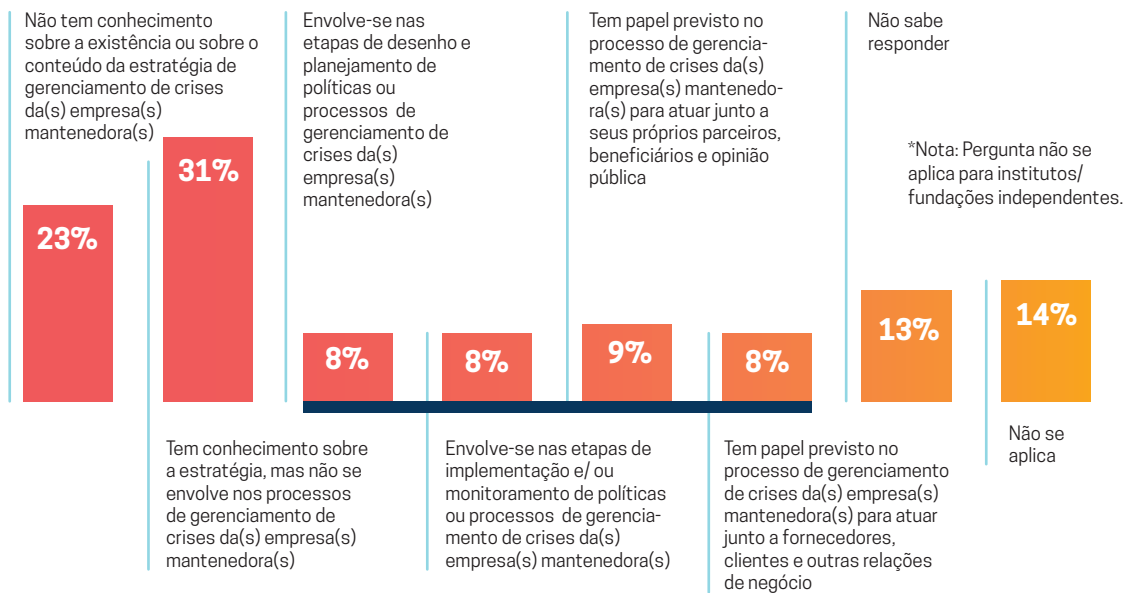
Gráfico 24: Organizações por práticas de gerenciamento de crises



INVESTIDORES SOCIAIS SÃO MAIS ENVOLVIDOS NO GERENCIAMENTO DE CRISES DO QUE NA GESTÃO DE RISCOS DAS EMPRESAS MANTENEDORAS

Enquanto apenas 20% dos respondentes se envolve na gestão de riscos das empresas mantenedoras, uma proporção maior de organizações (33%) participa de alguma forma do gerenciamento de crises e emergências ligadas ao negócio dessas empresas.

Gráfico 25: Organizações por envolvimento no gerenciamento de crises das empresas mantenedoras*



33%

dos respondentes têm algum envolvimento no gerenciamento de crises nas empresas mantenedoras.

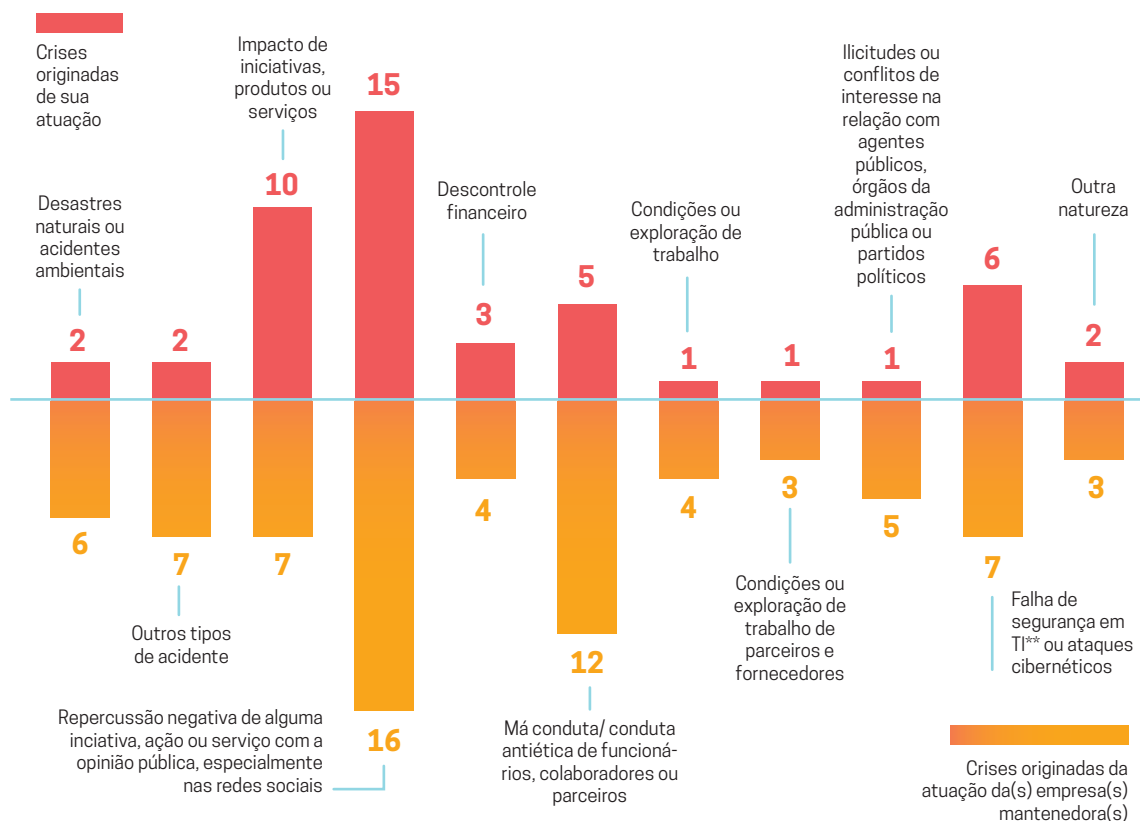
Esses dados podem sugerir que os investidores sociais são mais convocados a participar da construção de soluções para lidar com situações de emergência do que para prevenir sua ocorrência de forma mais estruturada. →

➔ Poucos investidores sociais tiveram que lidar com alguma situação de crise oriunda de sua própria atuação nos últimos anos. Do conjunto de 133 respondentes, as ocorrências mais comuns dizem respeito a repercussões negativas de alguma iniciativa, ação ou

serviço na opinião pública, especialmente nas redes sociais (15 casos); impactos de iniciativas, produtos ou serviços (10 casos); falhas de segurança em TI ou ataques cibernéticos (6 casos); e má conduta/ conduta antiética de funcionários, colaboradores ou parceiros

(5 casos), sendo a maior parte delas sem repercussão pública ou apenas com repercussão local. As situações de crise nas empresas mantenedoras foram um pouco mais comuns, sendo mais recorrente a repercussão negativa de alguma iniciativa, ação ou serviço na opinião pública (16 casos).

Gráfico 26: Organizações por tipos de crises originadas de sua atuação e das empresas mantenedoras nos últimos três anos*



Notas: *Institutos/ fundações independentes não foram questionados sobre o gerenciamento de crises das empresas mantenedoras; ** TI - tecnologia da informação.

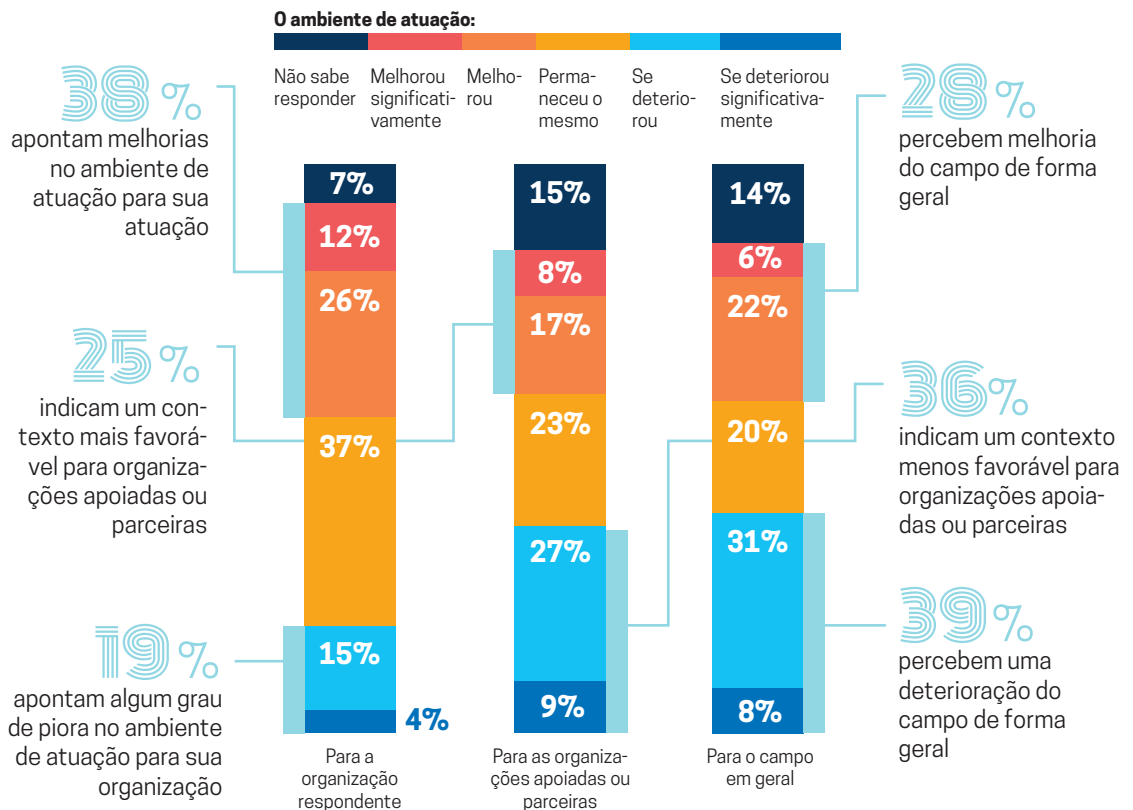


AMBIENTE DE ATUAÇÃO

Buscando entender a influência do contexto para planejamento e atuação dos investidores sociais, o Censo GIFE 2018 procurou investigar a percepção dos respondentes em relação ao ambiente em que estão inseridos nos últimos dois anos e sua perspectiva para o futuro.

PERCEPÇÃO DE QUE O AMBIENTE DE ATUAÇÃO SE DETERIOROU MAIS PARA ORGANIZAÇÕES PARCEIRAS E PARA O CAMPO EM GERAL DO QUE PARA OS INVESTIDORES SOCIAIS

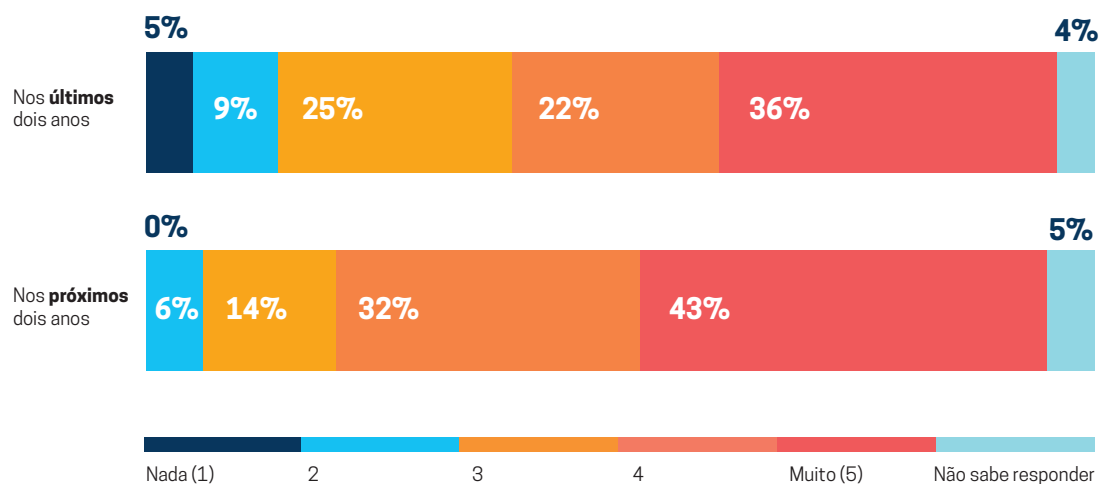
Gráfico 27: Organizações por percepção do ambiente de atuação nos últimos dois anos



AMBIENTE DE ATUAÇÃO INFLUENCIA O PLANEJAMENTO DOS INVESTIDORES SOCIAIS

Quando perguntadas em que medida consideraram as características do ambiente de atuação para o planejamento de suas ações no último biênio, 36% das organizações indicaram que as levaram muito em conta. Quanto aos próximos dois anos, uma parcela ainda maior de respondentes (43%) indicou que pretende considerar muito o contexto de atuação no seu planejamento futuro.

Gráfico 28: Organizações por consideração do ambiente de atuação no planejamento de suas ações



Quanto ao envolvimento com agendas específicas relacionadas à sustentabilidade das OSC, os temas que surgem como alvo de maior interesse dos investidores sociais são seu marco regulatório (MROSC) e o Imposto sobre Transmissão Causa Mortis e Doação (ITCMD), já

que 30% dos respondentes afirmaram ter se engajado na pauta do MROSC nos últimos dois anos e 33% estavam vinculados a esse debate desde antes disso. O ITCMD, por sua vez, contou com o envolvimento de 21% das organizações no último biênio e tem sido

acompanhado por 41% dos respondentes há mais tempo. A pauta com menor envolvimento das organizações (42%) são os incentivos fiscais para doações de pessoas físicas.

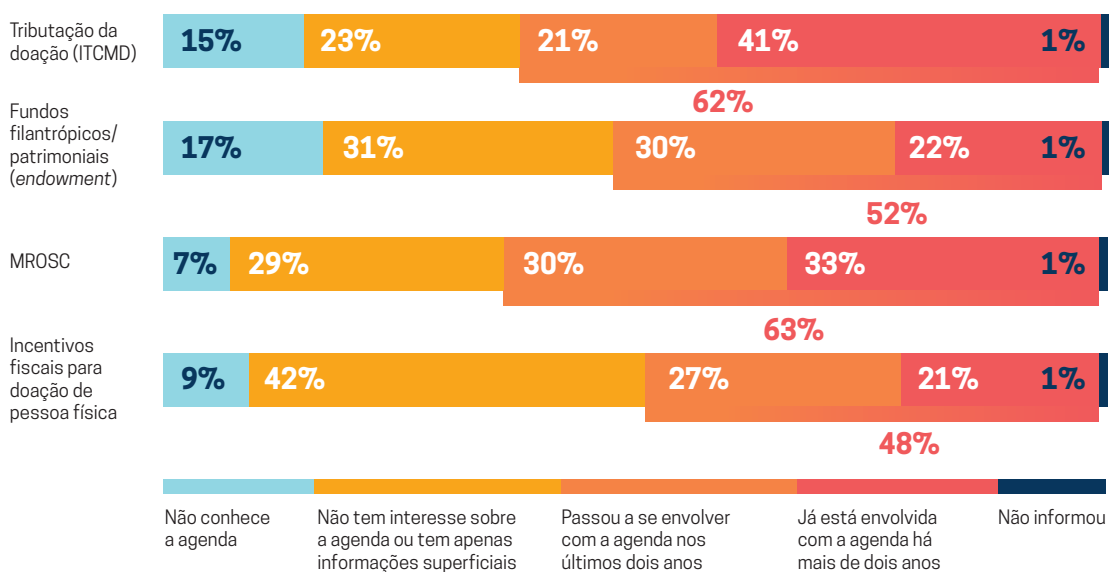
ITCMD E MROSC

ITCMD: o Imposto sobre Transmissão Causa Mortis e Doação é um tributo de competência dos estados e do Distrito Federal, cujo fato gerador é a transmissão *causa mortis* de imóveis e a doação de quaisquer bens ou direitos. O ITCMD regula, assim, tanto herança e doações privadas quanto doações para OSC.

MROSC: o Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil refere-se à Lei 13.019/2014 e ao Decreto 8.726/16, que uniformizam e simplificam as regras para parcerias entre poder público e sociedade civil, além de garantirem maior transparência e segurança no repasse de recursos públicos para as organizações.

ITCMD E MROSC SÃO AGENDAS DE MAIOR ENVOLVIMENTO DOS INVESTIDORES SOCIAIS

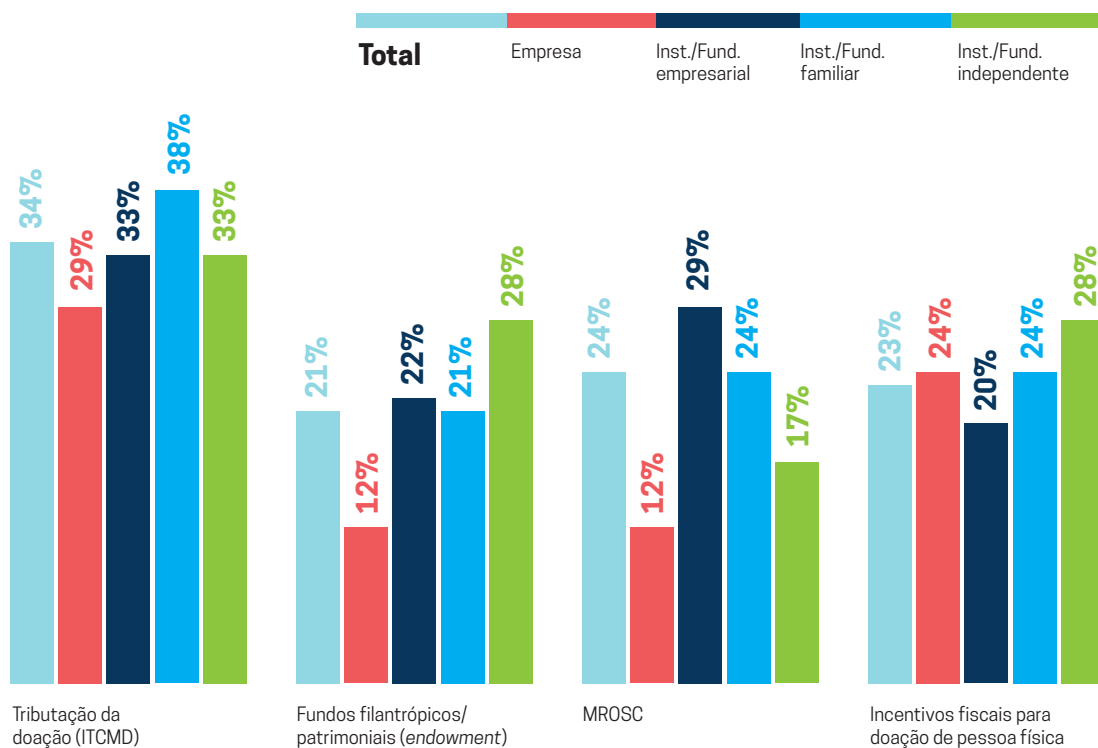
Gráfico 29: Organizações por envolvimento com diferentes agendas de sustentabilidade das OSC



Esta é a segunda edição do Censo GIFE que traz dados a respeito das percepções das organizações sobre a atual legislação brasileira e as possibilidades de ampliação de recursos privados para causas de interesse público, considerando os temas prioritários de atuação do GIFE na agenda de sustentabilidade econômica das OSC. O Censo avaliou quais são os entraves jurídicos e tributários que têm sido enfrentados pelas organizações em sua estratégia, planejamento e operação.

SAIBA MAIS: Projeto Sustentabilidade Econômica das OSC - <https://gife.org.br/osc/>

Gráfico 30: Organizações por entraves jurídicos e tributários enfrentados em sua estratégia, planejamento e operação



O ITCMD aparece como barreira principal para todos os perfis de investidores sociais, com destaque para institutos e fundações familiares (38%). ➔

→ Em segundo lugar, 24% das organizações assinalaram o MROSC, valor influenciado principalmente por institutos e fundações empresariais e familiares.

Os incentivos fiscais para doações de pessoas físicas foram assinalados por 23% dos respondentes, com destaque para 28% de institutos e fundações independentes, 24% de empresas, de institutos e fundações familiares e 20% de institutos e fundações empresariais.

Já os fundos filantrópicos/patrimoniais (*endowment*) são considerados obstáculos por 21% dos investidores sociais, com destaque para 28% de institutos e fundações independentes,

22% de institutos e fundações empresariais, 21% de institutos e fundações familiares e apenas 12% de empresas.

Em relação ao ITCMD, os principais entraves mencionados foram burocracia e ausência de padrão no sistema de isenção e imunidade do ITCMD. Já sobre o MROSC, foi apontado por uma maior quantidade de organizações a burocracia e a falta de regras claras na celebração de parcerias com o poder público que não envolvam transferência de recursos. Esses dados ofertam um importante diagnóstico e sinalizam oportunidades de aprimoramento do ambiente público, regulatório e tributário do setor.







COMO O INVESTIMENTO SOCIAL INOVA, INSPIRA E CONTRIBUI PARA A AÇÃO PÚBLICA?

O monitoramento, a avaliação e a comunicação são bases importantes para o fortalecimento da filantropia no país.

Adotar e aprimorar essas práticas regularmente pode potencializar os resultados alcançados pelos investidores sociais, além de favorecer a disseminação e a ampliação do repertório de análise e conhecimento sobre o setor.

O emprego de estratégias equilibradas e adequadas de monitoramento e avaliação representa uma fonte efetiva e consistente de aprendizado, além de gerar reflexões

permanentes acerca do papel dos investidores sociais como agentes de transformação social. De forma complementar, estratégias de comunicação estruturadas mobilizam e engajam mais pessoas nos temas e causas defendidas e possibilitam que o campo do investimento social seja mais inspirador, ao permitir o compartilhamento de métodos e aprendizados.

Diante desse cenário, o presente capítulo apresenta um diagnóstico a respeito da adoção e sistematização de práticas da agenda de avaliação

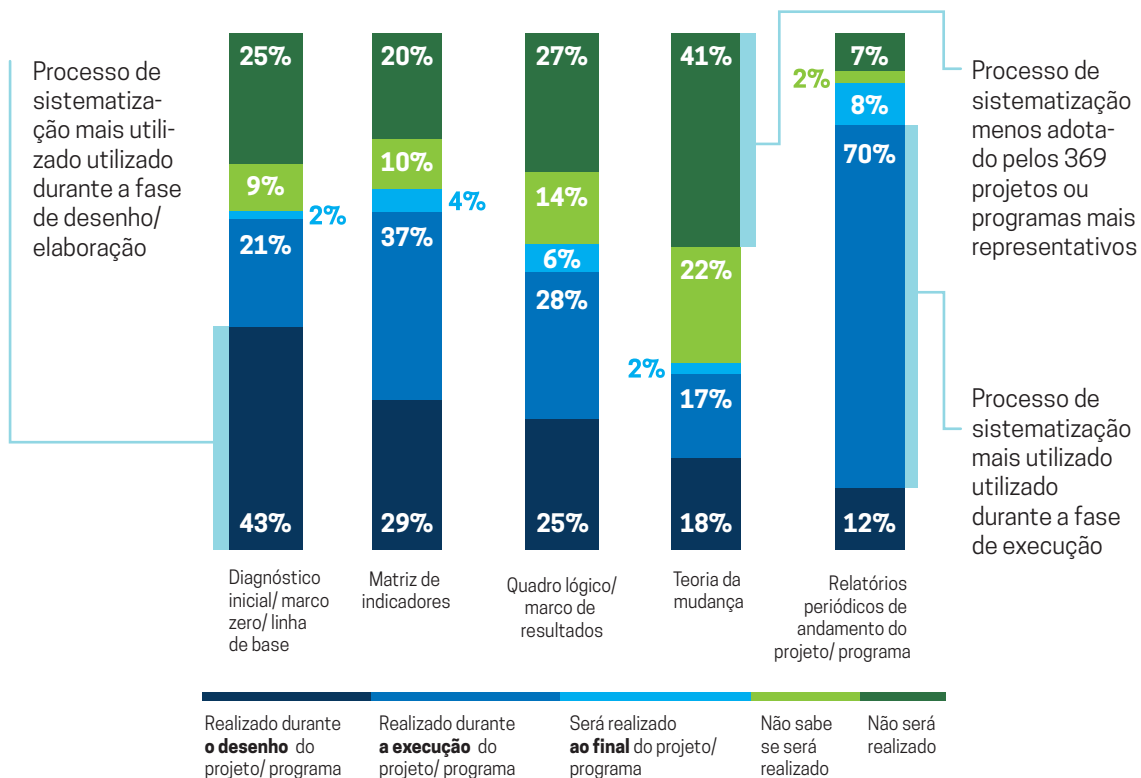
e comunicação pelos respondentes do Censo GIFE. Aborda também, pela primeira vez em 2018, as dimensões de inovação e de potencial de escala de projetos ou programas sociais, em conexão com a lógica de ampliação do impacto gerado. Assim, esta seção pretende compreender como o investimento social vem contribuindo para o acúmulo de experiências e para a disseminação de iniciativas e modelos que favoreçam a construção de soluções para os problemas públicos brasileiros.



SISTEMATIZAÇÃO DE PRÁTICAS E AVALIAÇÃO

O Censo GIFE busca entender como os investidores sociais desenvolvem processos de reflexão e sistematização para os projetos ou programas desenvolvidos. Os 133 respondentes indicaram 369 projetos ou programas mais representativos e, para cada um deles, indicaram se, e em que etapa, desenvolvem processos de sistematização.

Gráfico 1: Projetos ou programas mais representativos por processos de reflexão e sistematização de dados





Os processos mais comuns de reflexão e sistematização de dados nas diferentes etapas dos 369 projetos ou programas mais representativos são:

90%

Relatórios periódicos de andamento do projeto ou programa

70%

Matriz de indicadores

66%

Diagnóstico inicial/ marco zero/ linha de base

59%

Quadro lógico/ marco de resultados*

37%

Teoria da mudança**

*Nota: O quadro lógico é uma ferramenta que resume os aspectos da lógica causal, das suposições e da forma de medição de desempenho de um projeto. Fonte: USAID. **CDCS to project linkages**. 2019. Disponível em: <<https://www.usaid.gov/project-starter/program-cycle/project-design/cdcs-to-project-linkages>>. Acesso em: out. 2019.).

Nota: Teoria de mudança é a tese que articula a cadeia lógica de uma intervenção, concatenando os resultados de longo prazo, os caminhos para alcançá-los, as relações causais existentes, os resultados intermediários, bem como as premissas ou condicionantes que anteparam a viabilidade daquilo que se espera. Fonte: ANDERSON, A. The community builder's approach to the theory of change: a practical guide to theory development. The Aspen Institute, 2005. In: BRANDÃO, Daniel; RIBEIRO, Antônio. **Teoria de mudança. Move, 2017. Disponível em: <http://www.move.social/publicacao/teoria-de-mudanca/>. Acesso em: out. 2019.).

Em relação à avaliação, entre projetos ou programas mais representativos do Censo GIFE 2018:

86%

foram ou serão avaliados por equipe própria da organização

41%

foram ou serão avaliados por consultoria externa

AVALIAÇÃO DE PROJETOS OU PROGRAMAS É MAIS FREQUENTE DO QUE AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL

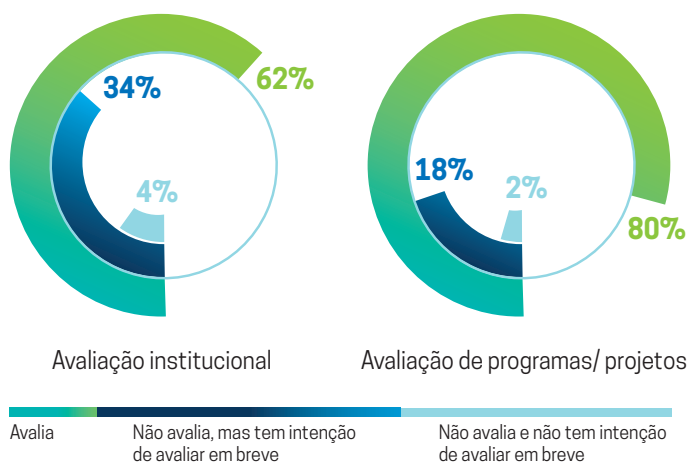
A avaliação institucional permite que investidores sociais reflitam e repensem sua missão, estruturação e estratégias de atuação, gerando análises aprofundadas que vão além da efetividade de projetos ou programas. →



→ Por isso, em 2018, o Censo GIFE buscou diferenciar a avaliação institucional daquela realizada em projetos ou programas e qualificar as respostas negativas, investigando se a organização teria ou não interesse em realizar avaliação no curto prazo.

Em linha com a tendência observada em 2016, o **patamar de organizações que avaliam seus projetos ou programas manteve-se estável em 80%**. E 62% das organizações também costumam realizar avaliação institucional.

Gráfico 2: Organizações por realização de avaliação institucional e de projetos ou programas



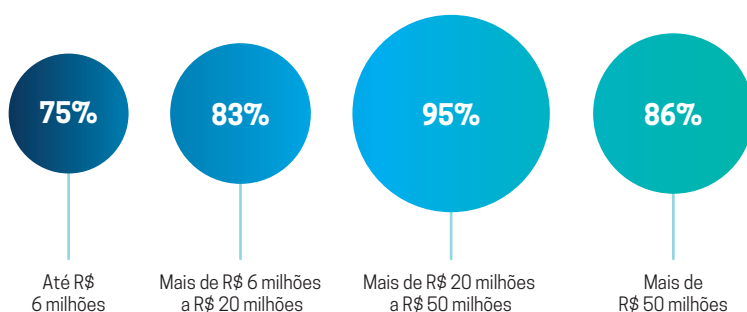
Um baixo índice de organizações que não realizam nenhum tipo de avaliação e nem têm intenção de fazê-lo em breve sugere que os investidores sociais reconhecem a importância dessa prática e aponta para uma oportunidade de universalização futura dessa agenda no campo da filantropia no Brasil.

Dentre os diferentes perfis de investidores, **institutos e fundações independentes são os que mais costumam avaliar seus projetos ou programas (89%)**, seguidos por empresas (82%) e institutos e fundações familiares (79%), sendo essa prática menos adotada por institutos e fundações empresariais (78%).

Por outro lado, **a avaliação institucional é menos comum entre institutos e fundações independentes**, já que pouco mais da metade deles (56%) a adotam, e mais frequente entre empresas (76%), institutos e fundações familiares (62%) e institutos e fundações empresariais (61%).

ORGANIZAÇÕES COM MAIOR VOLUME DE RECURSOS TENDEM A AVALIAR MAIS SEUS PROJETOS OU PROGRAMAS

Gráfico 3: Organizações por avaliação de projetos ou programas e faixa de investimento



O percentual de respondentes que avalia seus projetos ou programas cresce conforme aumenta a faixa de investimentos realizados. Enquanto 75% das organizações que investem até R\$ 6 milhões avaliam seus projetos ou programas, essas são quase 95% entre as que investem na faixa entre R\$ 20 e 50 milhões. No entanto, há uma pequena queda na faixa superior (86%).

APRENDER SOBRE O PROJETO OU PROGRAMA É O OBJETIVO PRIORITÁRIO DA AVALIAÇÃO

Quando os investidores sociais são perguntados sobre a finalidade das avaliações, quatro itens aparecem em destaque, tendo sido indicados como importantes ou muito importantes. Além de identificar as contribuições do projeto ou programa e

prestar contas para conselheiros e mantenedores, ambos com 80%, também aparecem objetivos relacionados a processos de aprendizagem para a organização (79%) e para melhorar o próprio projeto ou programa (80%). →

→ A hierarquização desses objetivos fica mais clara quando se observa que 31% das organizações indicaram a aprendizagem para orientar a tomada de decisão a respeito do projeto ou programa como objetivo prioritário, seguida da identificação das contribuições do projeto ou programa (22%). Assim, objetivos mais relacionados ao próprio projeto ou programa e à prestação de contas aos principais tomadores de decisão da organização têm maior relevância do que

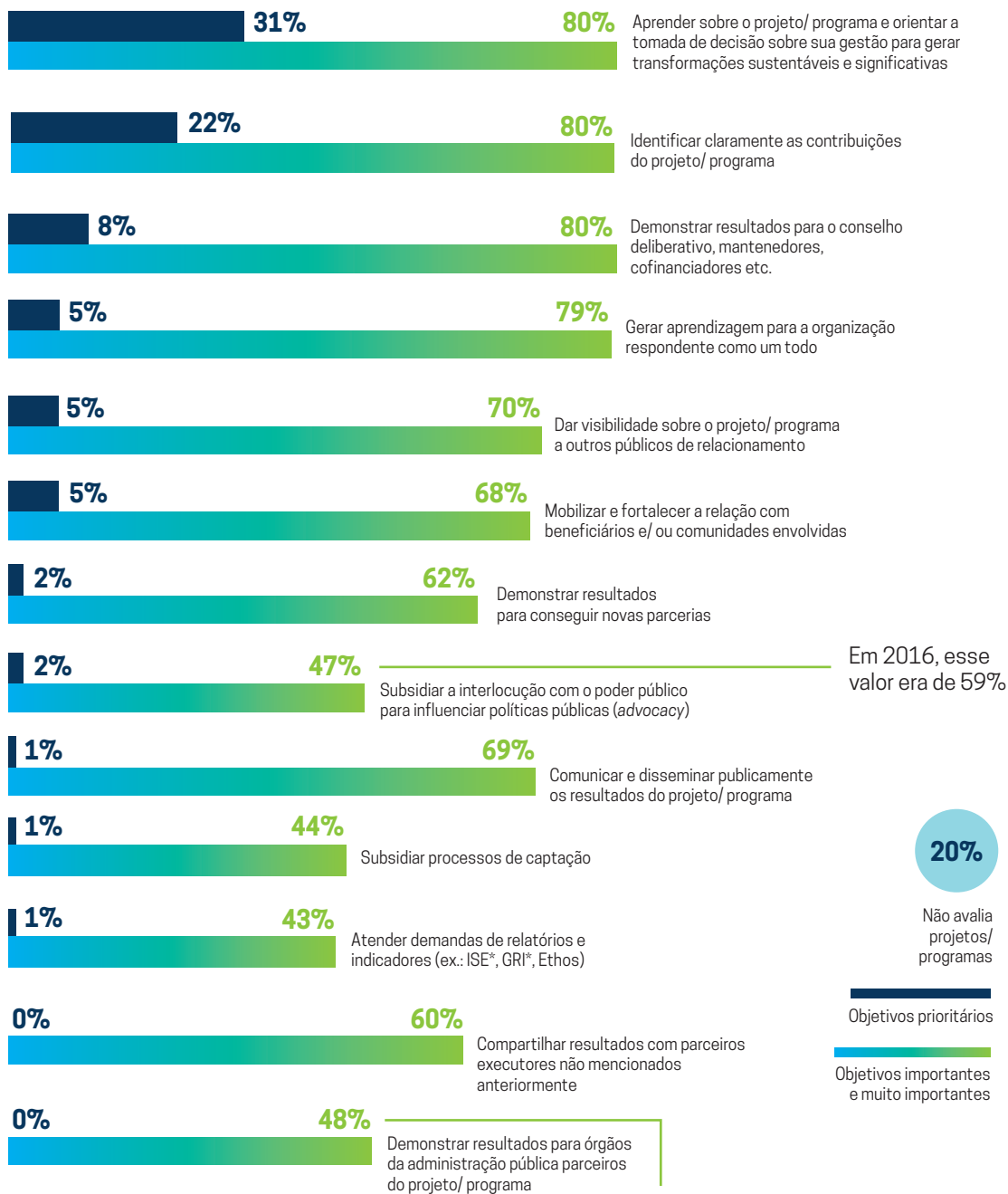
a comunicação externa ou com outros *stakeholders* específicos.

Em relação ao Censo GIFE 2016, chama a atenção a redução dos objetivos relacionados à interlocução com o poder público, seja para influenciar políticas públicas (*advocacy*), que apresentou queda de 12 pontos percentuais, ou para demonstrar resultados a parceiros na execução dos projetos ou programas (diminuição de 18 pontos percentuais).

Vale mencionar que esta edição apresentou duas novas opções de objetivos de avaliação (identificar as contribuições do projeto ou programa e gerar aprendizagem para a organização respondente) que figuraram entre as muito importantes ou importantes para 80% e 79% das organizações respondentes, respectivamente, o que pode impactar a comparação com 2016; ainda assim, as demais alternativas não apresentaram variações tão significativas.



Gráfico 4: Organizações por tipo de objetivo de avaliações de projetos ou programas



*ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial; GRI - Global Reporting Initiative.

Em 2016, esse valor era de 66%

POTENCIAL DE ESCALA É O CRITÉRIO MAIS UTILIZADO PARA DECIDIR AVALIAR

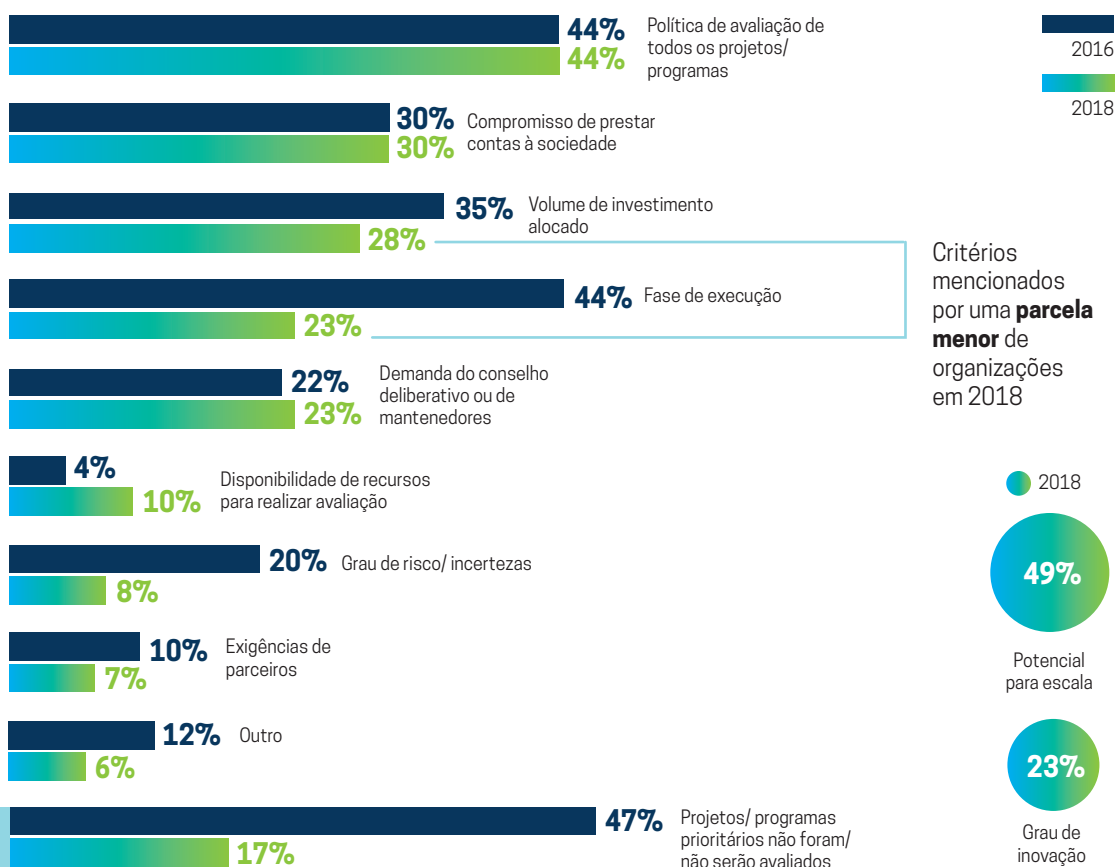
O Censo GIFE 2018 apresentou em seu questionário duas novas alternativas para as organizações dimensionarem os critérios utilizados para decidir se o projeto ou programa deve ser avaliado. Uma delas foi o potencial para alcançar

escala, mencionada por 49% dos respondentes. A segunda alternativa nova, referente ao grau de inovação do projeto ou programa, foi indicada por 23% dos respondentes. Além disso, 44% dos investidores sociais seguem tendo como

política avaliar todos os seus projetos ou programas e 30% dos respondentes têm o compromisso de prestar contas à sociedade. A importância desses dois critérios se manteve estável em relação a 2016.

MAIS ORGANIZAÇÕES
ESTÃO AVALIANDO
SEUS PROJETOS
OU PROGRAMAS
PRIORITÁRIOS

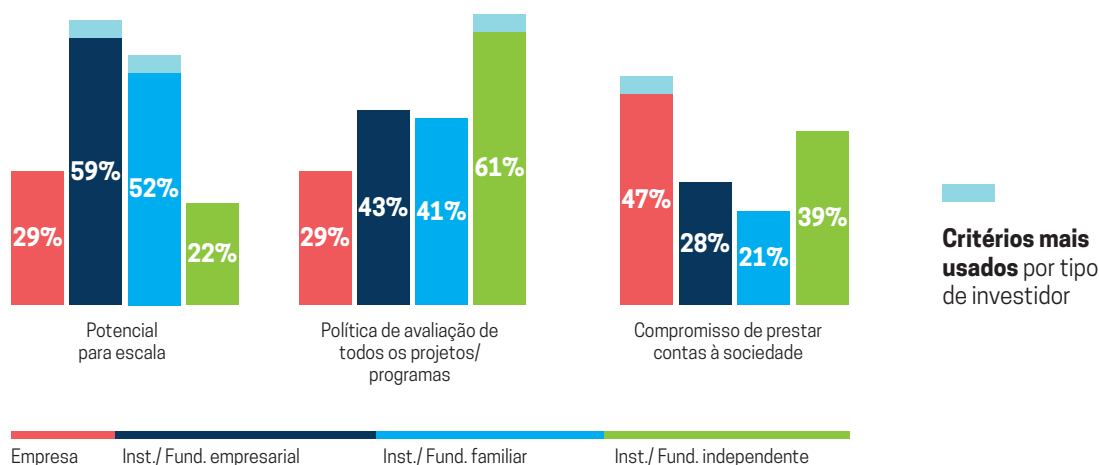
Gráfico 5: Organizações por critérios para decidir avaliar um projeto ou programa (2016 e 2018)



Entre 2016 e 2018, houve uma queda significativa (de 47% para 17%) na proporção de respondentes que sinalizaram que projetos ou programas prioritários não foram ou não serão submetidos à avaliação.

Entre os diferentes tipos de investidores sociais, o potencial de escala é o critério mais utilizado por institutos e fundações empresariais (59%) e familiares (52%). A maioria de institutos e fundações independentes (61%) indicou que é política da organização avaliar todos os projetos ou programas. Cerca de metade das empresas (47%) considera o critério de compromisso de prestação de contas à sociedade.

Gráfico 6: Organizações por principais critérios para decidir avaliar um projeto ou programa e tipo de investidor



CUSTOS, MÉTODOS E RECURSOS HUMANOS SÃO AS PRINCIPAIS BARREIRAS PARA AVALIAR PROJETOS OU PROGRAMAS

O Censo GIFE 2018 investigou, pela primeira vez, obstáculos e dificuldades encontradas por investidores sociais para avaliar projetos ou programas. Nesse sentido, os altos custos de desenvolvimento de uma boa avaliação foram indicados como barreiras por metade dos respondentes (50%). Em segundo lugar, surgiu a dificuldade de

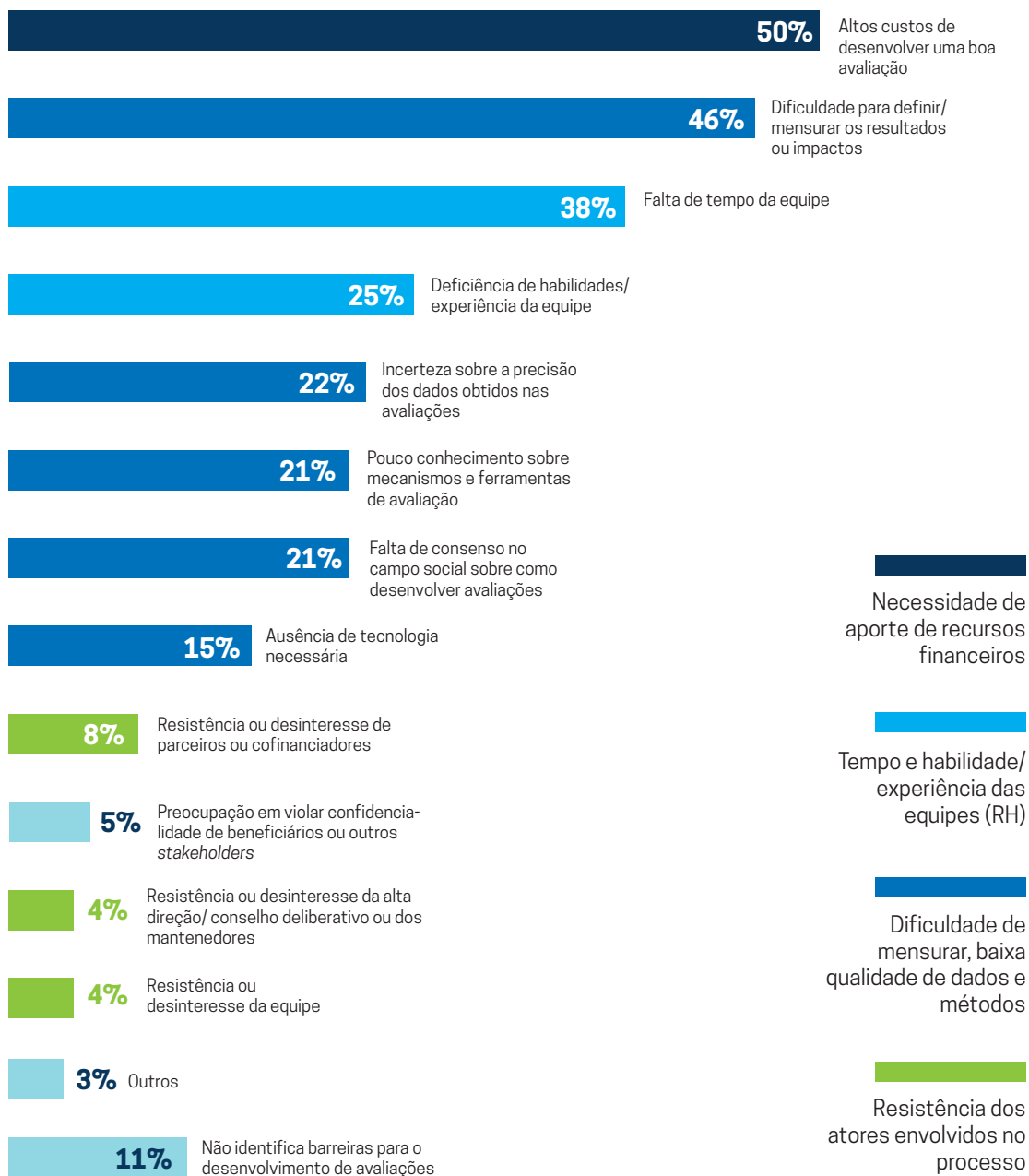
mensurar o impacto (46%), seguida de falta de tempo (38%) ou habilidade das equipes (25%).

Enquanto questões relacionadas aos métodos de avaliação e aos recursos humanos disponíveis foram mencionadas por uma parcela relevante das organizações, aspectos relativos a uma possível resistência

dos diversos públicos envolvidos na execução da avaliação foram menos assinalados.

Apenas 11% das organizações respondentes não identificaram barreiras para o desenvolvimento de avaliações de projetos ou programas.

Gráfico 7: Organizações por barreiras identificadas para avaliar projetos ou programas



Necessidade de aporte de recursos financeiros

Tempo e habilidade/experiência das equipes (RH)

Dificuldade de mensurar, baixa qualidade de dados e métodos

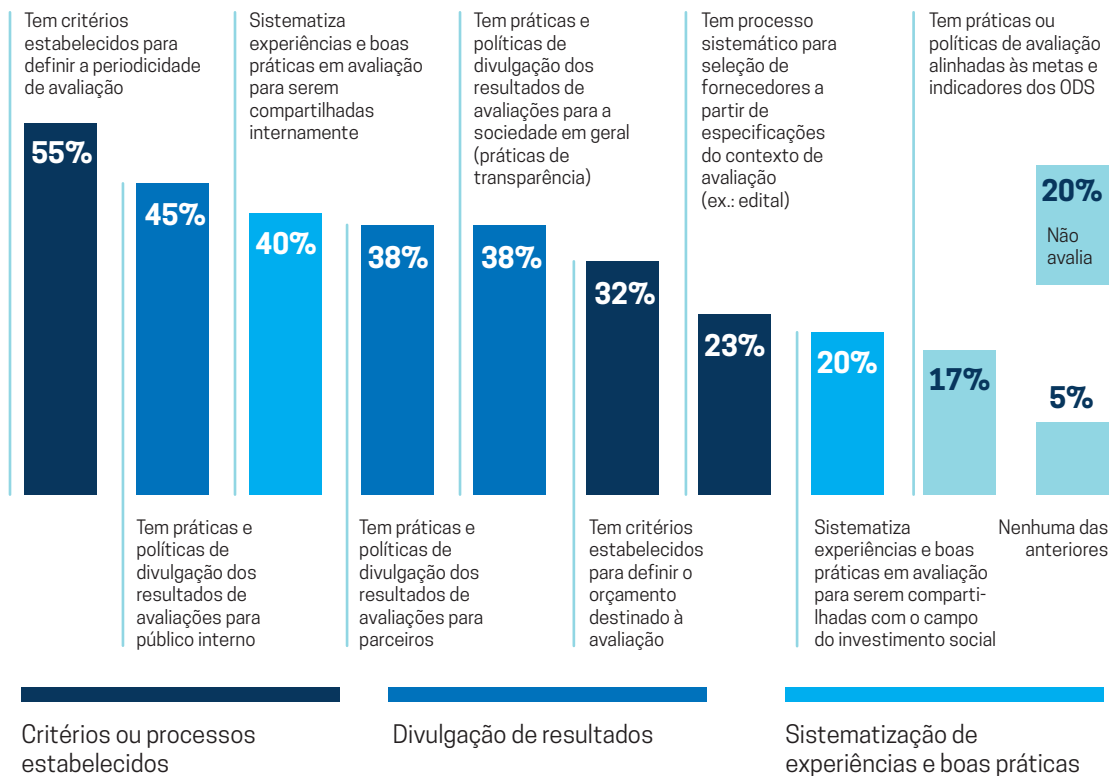
Resistência dos atores envolvidos no processo

PRÁTICAS E POLÍTICAS DE AVALIAÇÃO DE PROJETOS OU PROGRAMAS FOCAM PRINCIPALMENTE O PÚBLICO INTERNO

Entre as práticas e políticas de avaliação adotadas pelos respondentes do Censo GIFE 2018, as mais frequentes são o estabelecimento de critérios para definir a periodicidade de avaliação de projetos ou programas,

indicada por 55% dos investidores sociais, seguida pela divulgação dos resultados das avaliações para o público interno (45%) e pela sistematização de experiências e boas práticas em avaliação para serem compartilhadas internamente (40%), o que sugere maior ênfase no público interno. Políticas de avaliação alinhadas às metas e indicadores dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são as menos frequentes, citadas por apenas 17% dos investidores sociais.

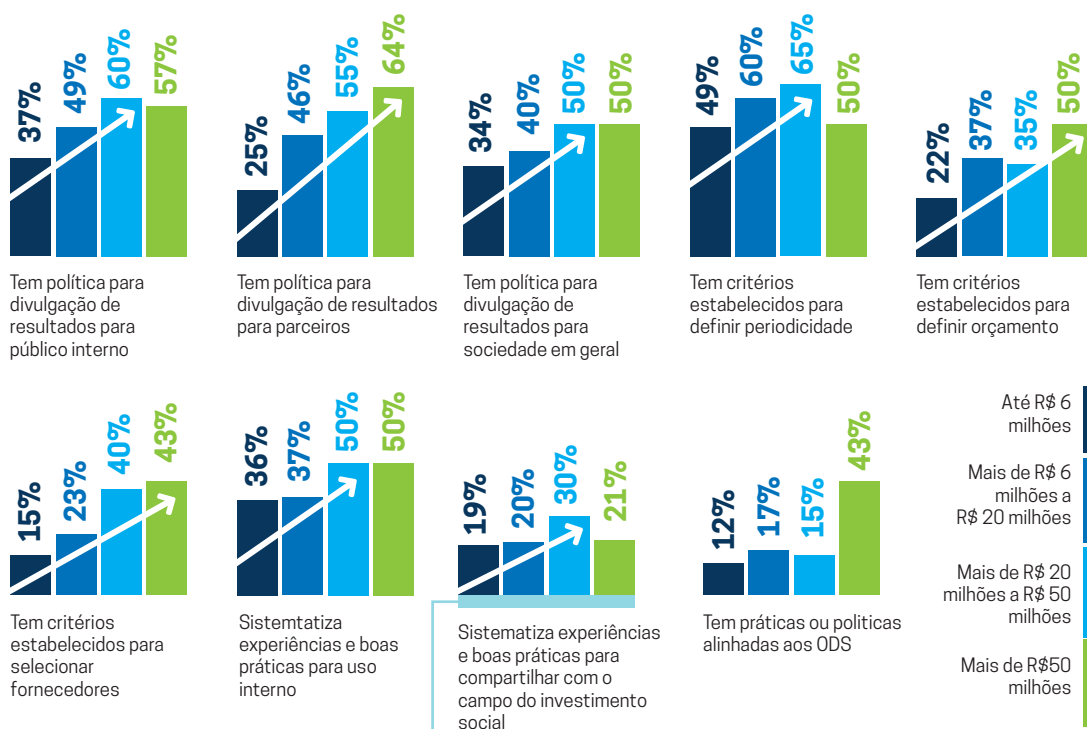
Gráfico 8: Organizações por tipo de prática e política de avaliação de projetos ou programas



ORGANIZAÇÕES COM MAIOR VOLUME DE RECURSOS APRESENTAM MAIOR DIVERSIDADE DE PRÁTICAS E POLÍTICAS DE AVALIAÇÃO

De modo geral, existe maior incidência de práticas e políticas de avaliação de projetos ou programas em organizações com orçamento superior a R\$ 20 milhões, especialmente quando sua adoção depende mais de recursos financeiros e humanos.

Gráfico 9: Organizações por tipo de prática e política de avaliação de projetos ou programas e faixa de investimento



Embora sejam menos adotadas pelos respondentes, iniciativas de sistematização de experiências e boas práticas apresentam variação menor entre as organizações por faixa de investimento.

CONTRATAÇÃO DE CONSULTORIA EXTERNA PARA MONITORAR E AVALIAR PREVALECE EM RELAÇÃO A EQUIPES PRÓPRIAS ESPECÍFICAS DE AVALIAÇÃO E MONITORAMENTO



Quando perguntados a respeito de sua estrutura para monitoramento e avaliação para projetos ou programas, 76% dos respondentes afirmaram refletir sistematicamente sobre os processos de monitoramento e avaliação para aprimorá-los e aplicá-los nos próximos ciclos. Há também uma grande parcela de respondentes (71%) que prevê recursos para isso.

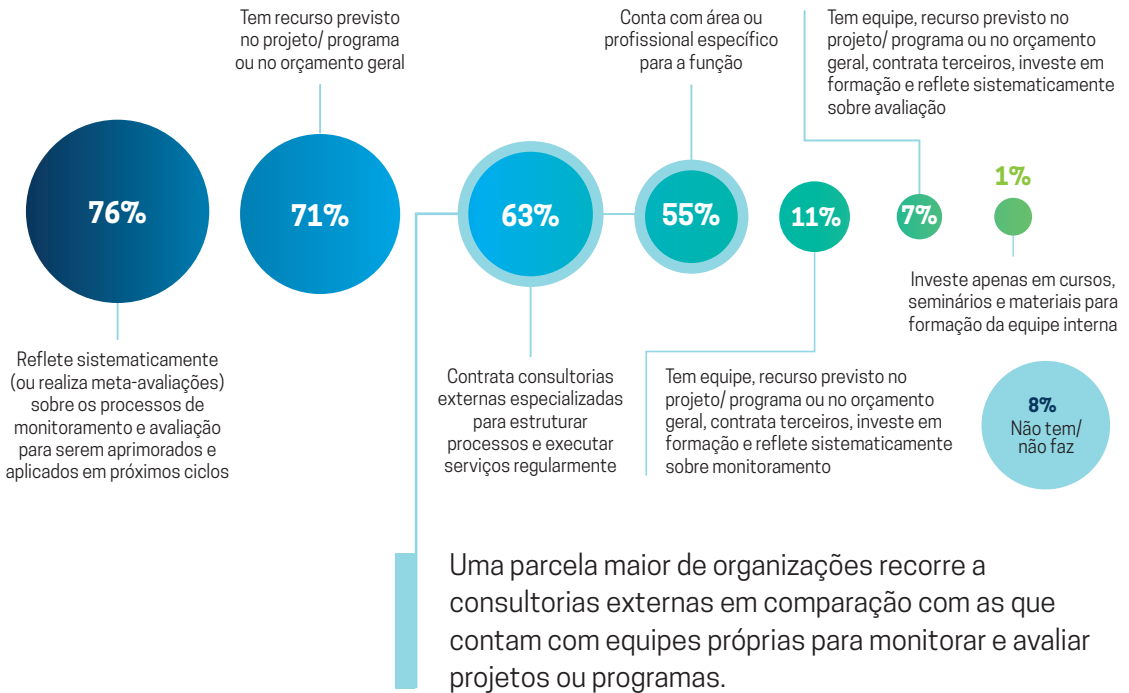
A maior parte dos investidores sociais (63%) recorre à contratação de consultorias externas para estruturar processos e executar serviços de monitoramento e avaliação, já que apenas pouco mais da metade (55%) conta com equipe própria para desempenhar essa função. Comparativamente ao último

Censo, os percentuais mantiveram-se praticamente estáveis: a contratação de consultorias externas cresceu 2 pontos percentuais, passando de 61% para 63%, e a parcela de organizações com equipe própria específica manteve-se a mesma (55%). Esse dado chama a atenção considerando que, como apontado anteriormente, a maior parte dos projetos ou programas foram ou serão avaliados por equipes internas (86%), enquanto 41% foram ou serão avaliados por equipes externas. O que pode indicar que as equipes internas que desenvolvem avaliações de projetos ou programas não são equipes específicas de monitoramento ou avaliação.

Ainda são poucos os investidores sociais (11%) que combinam diferentes estruturas para monitorar projetos ou programas, contando simultaneamente com equipe, orçamento, contratação de terceiros, investimento em formação e desenvolvimento de reflexão sistemática sobre o processo. Essa mesma combinação é ainda mais rara para avaliar projetos ou programas, estando presente em somente 7% das organizações. Por outro lado, apenas 1% das organizações conta somente com cursos para formação da equipe, ou seja, não dispõe de nenhuma outra estrutura para o desenvolvimento dessas atividades.



Gráfico 10: Organizações por estrutura para monitorar e avaliar projetos ou programas



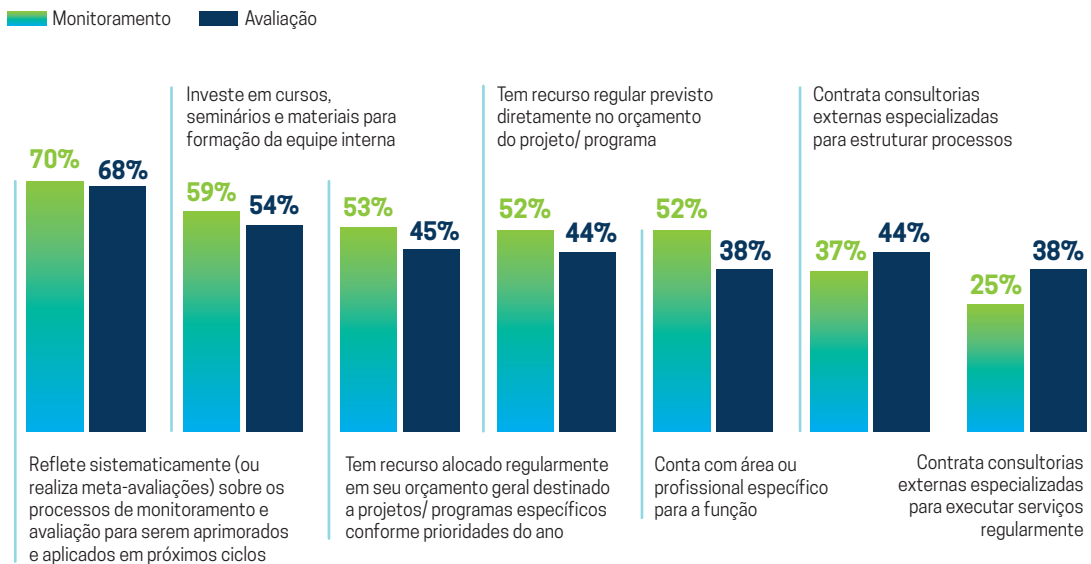
INVESTIDORES SOCIAIS CONTAM COM MAIS ESTRUTURA DE MONITORAMENTO DO QUE DE AVALIAÇÃO DE PROJETOS OU PROGRAMAS

De forma geral, as organizações estão mais estruturadas para desenvolver atividades de monitoramento do que de avaliação de projetos ou programas, exceto no caso em que consultorias

externas são contratadas para estruturar processos ou para executar serviços regularmente. Esses resultados possivelmente se justificam em função das particularidades e diferen-

ças entre monitoramento e avaliação em termos de regularidade da atividade, conhecimento técnico específico, custos etc.

Gráfico 11: Organizações por estrutura desagrupada para monitorar e avaliar projetos ou programas



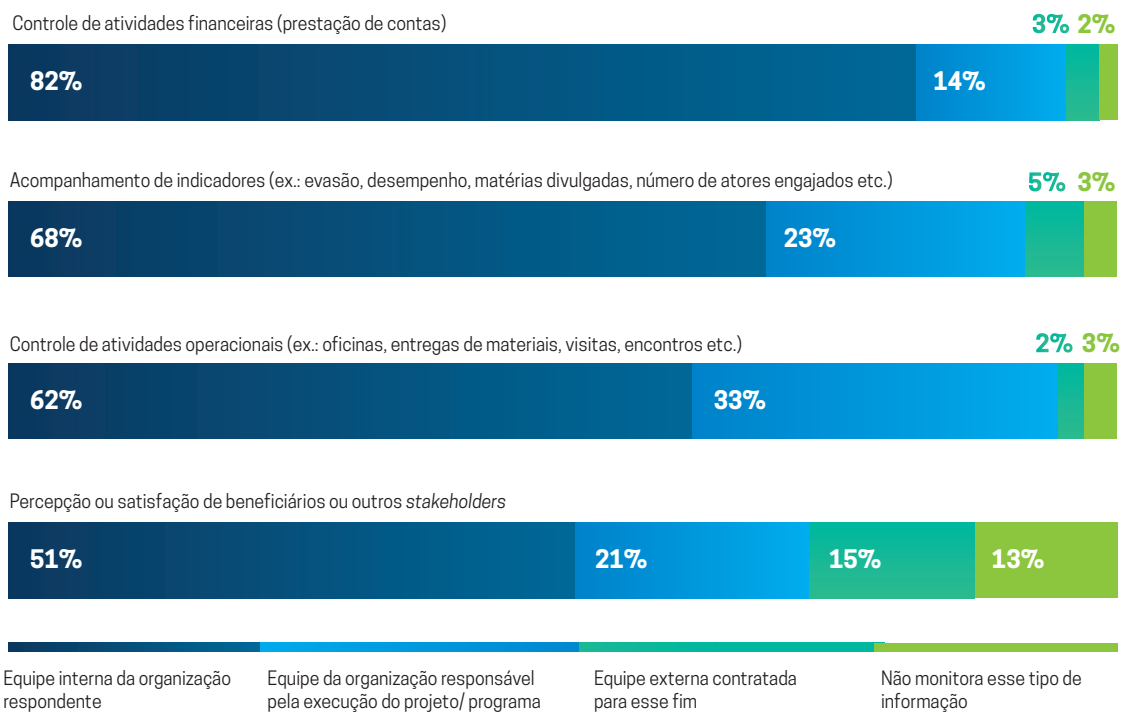
COLETA DE DADOS DE MONITORAMENTO DE PROJETOS OU PROGRAMAS É CONDUZIDA PELA EQUIPE INTERNA DE INVESTIDORES SOCIAIS

A equipe interna é a principal responsável pela coleta de informações para monitorar projetos ou programas, com destaque para o controle de atividades financeiras (prestação de contas), conduzido pelos próprios funcionários em 82% das organizações.

Apenas em cerca de metade das organizações (51%) a equipe interna tem a atribuição de coletar dados para monitorar a percepção ou a satisfação de beneficiários ou outros *stakeholders*, já que, nessa atividade específica, a contratação de equipe

externa ganha relevância (15%). O envolvimento da equipe da organização responsável pela execução do projeto ou programa se dá principalmente na coleta de dados para controle de atividades operacionais, o que ocorre em 33% dos investidores sociais.

Gráfico 12: Organizações por área ou equipe responsável pela coleta de informações de monitoramento





COMUNICAÇÃO

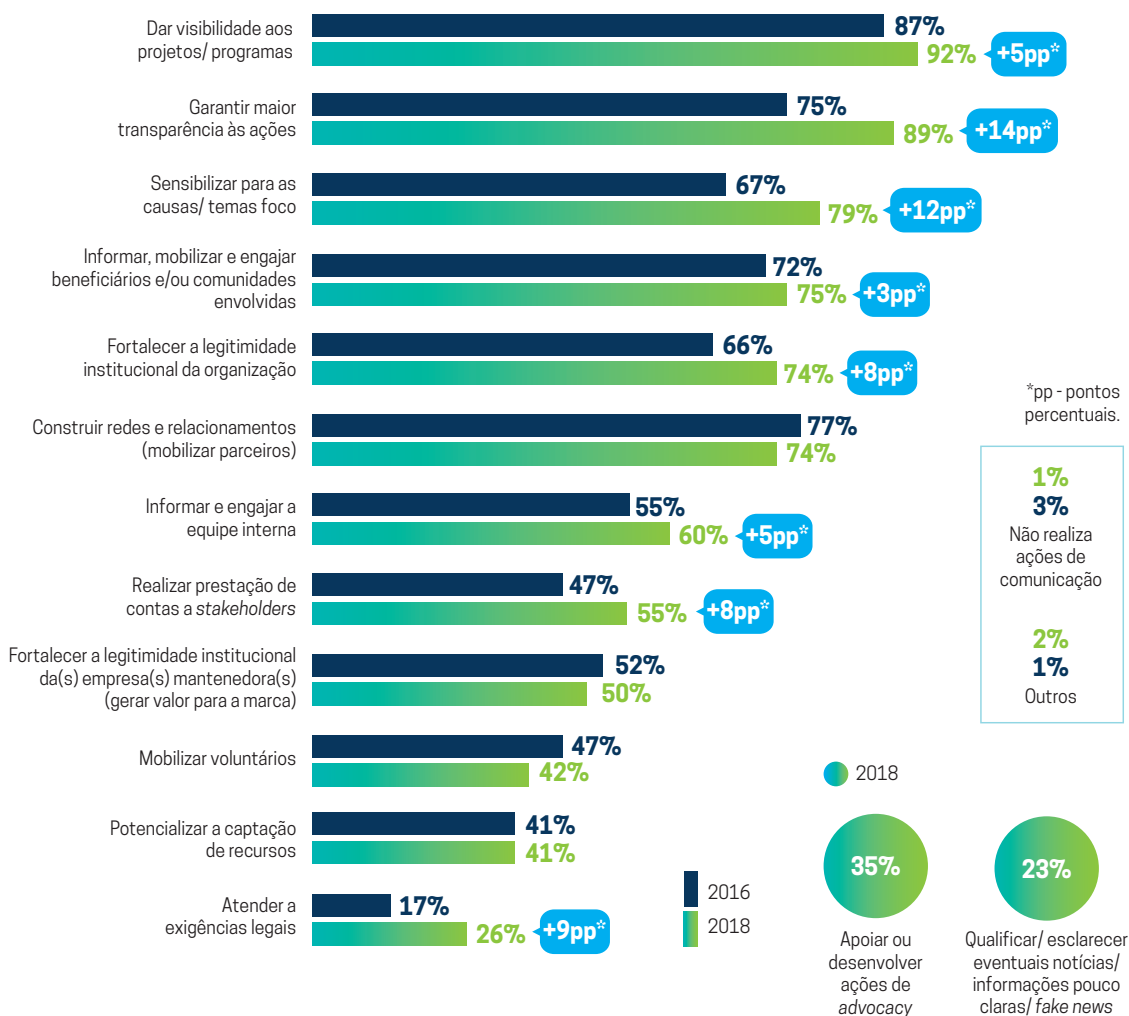
No âmbito do investimento social privado, a comunicação contribui para dar visibilidade ao trabalho realizado pelos investidores sociais e fortalecer sua reputação e legitimidade junto à sociedade, ao mesmo tempo em que representa uma grande oportunidade de ampliar o debate público em torno de causas defendidas. Nesse sentido, a comunicação se mostra uma ferramenta estratégica para sensibilizar pessoas, mobilizar cidadãos, disseminar métodos e influenciar decisões para gerar transformações.

Quando perguntadas sobre os objetivos almejados com suas ações de comunicação, as organizações apresentam grande multiplicidade de respostas. A visibilidade de projetos ou programas aparece em primeiro lugar, tendo sido assinalada por 92% dos respondentes, seguida da garantia de maior transparência das ações, destacada por 89% das organizações. O objetivo de sensibilizar para temas e causas, que havia sido indicado por 67% dos respondentes em 2016, cresceu para 79% em 2018. No mesmo período, passou de 66% para 74% a preocupação com o fortalecimento da legitimidade organizacional por meio da comunicação. A construção de redes e relacionamentos, que aparecia em segunda posição em 2016, caiu para o sexto lugar em 2018. Vale destacar que essa comparação pode ter sido afetada pelo fato de essa pergunta ter, em 2018, duas novas alternativas.



CRESCE A IMPORTÂNCIA DE SENSIBILIZAR PARA CAUSAS, GARANTIR TRANSPARÊNCIA E FORTALECER LEGITIMIDADE COMO OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

Gráfico 13: Organizações por objetivos de comunicação (2016 e 2018)



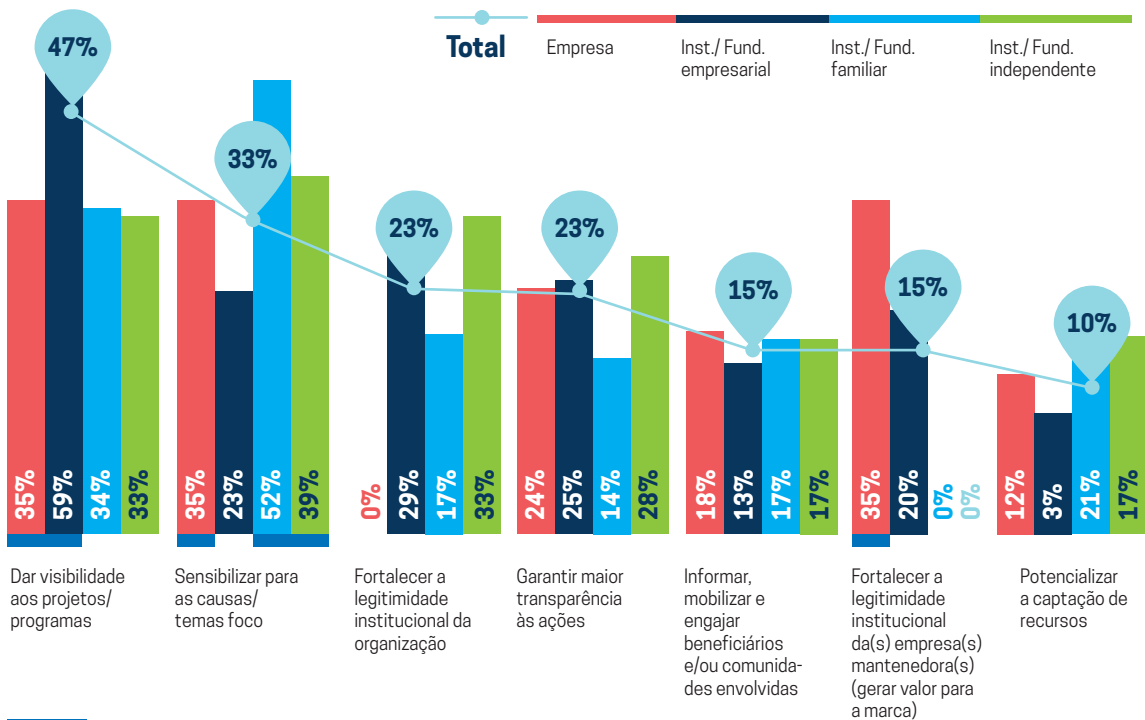
Em relação aos objetivos prioritários de comunicação, a visibilidade de projetos ou programas foi citada pela maior parte dos respondentes (47%) e a sensibilização para suas causas/ temas recebeu a segunda maior quantidade de citações (33%), superando o objetivo de fortalecer a legitimidade institucional dos investidores sociais e o de garantir

maior transparência às ações da organização, que aparecem empatados, em terceiro lugar, com 23% de menções cada.

A análise dos objetivos prioritário em relação aos diferentes tipos de investidores sociais indica que parcela significativa (59%) de institutos e fundações empresariais priorizam dar

visibilidade aos projetos ou programas e fortalecer a legitimidade institucional da organização (29%). Por outro lado, mais da metade (52%) de institutos e fundações familiares priorizam a sensibilização para causas/ tema foco da organização, objetivo que também é priorizado por 39% dos institutos e fundações independentes.

Gráfico 14: Organizações por objetivos de comunicação indicados como prioritários e tipo de investidor



Principais objetivos prioritários por tipo de investidor

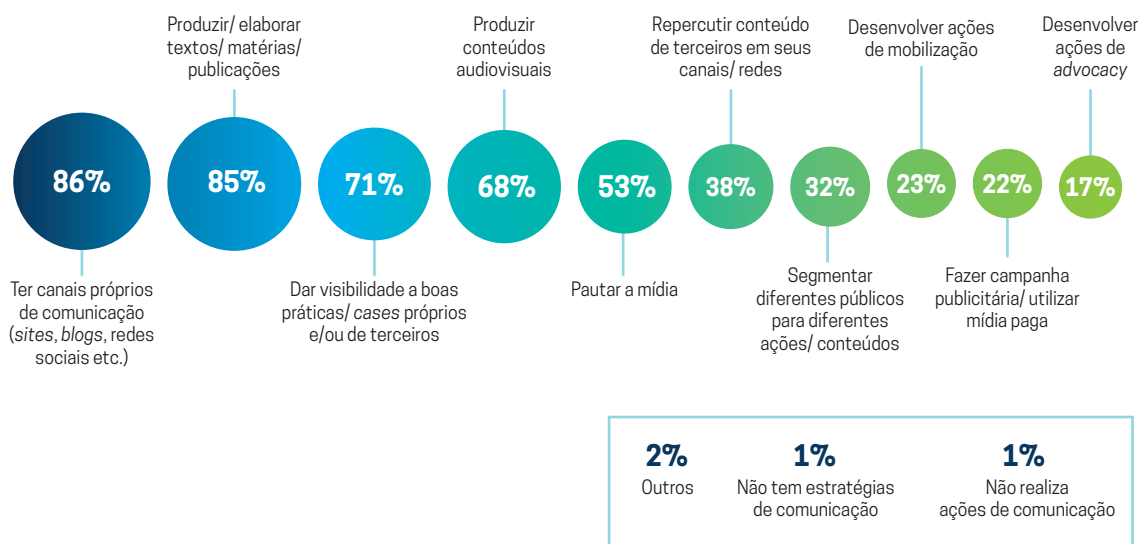
CANAIS PRÓPRIOS NA INTERNET SÃO ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO MAIS UTILIZADAS DO QUE VEÍCULOS DE MÍDIA TRADICIONAL

Das diferentes estratégias de comunicação utilizadas pelas organizações, as mais citadas foram as de canais próprios de comunicação como *sites*, *blogs* e redes sociais (86%), elaboração de textos, matérias e publicações (85%), visibilidade a

boas práticas e *cases* próprios ou de terceiros (71%) e produção de conteúdos audiovisuais (68%). Interessante notar que pautar a mídia surge somente em quinto lugar, com 53% de menções.

Como estratégias menos citadas aparecem segmentação de públicos (32%), ações de mobilização (23%), utilização de mídias pagas para veicular campanhas publicitárias (22%) e desenvolvimento de iniciativas de *advocacy* (17%).

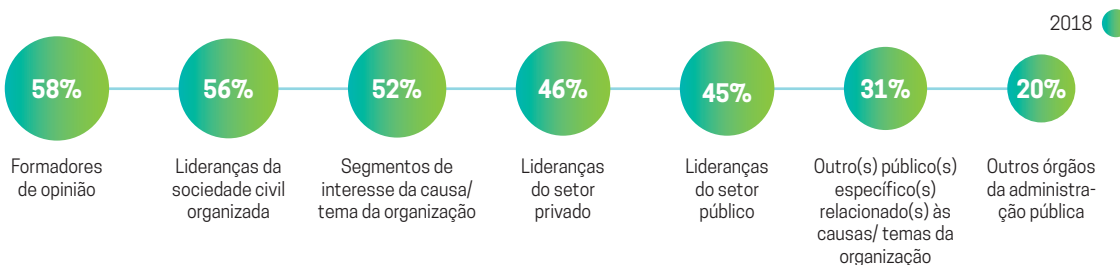
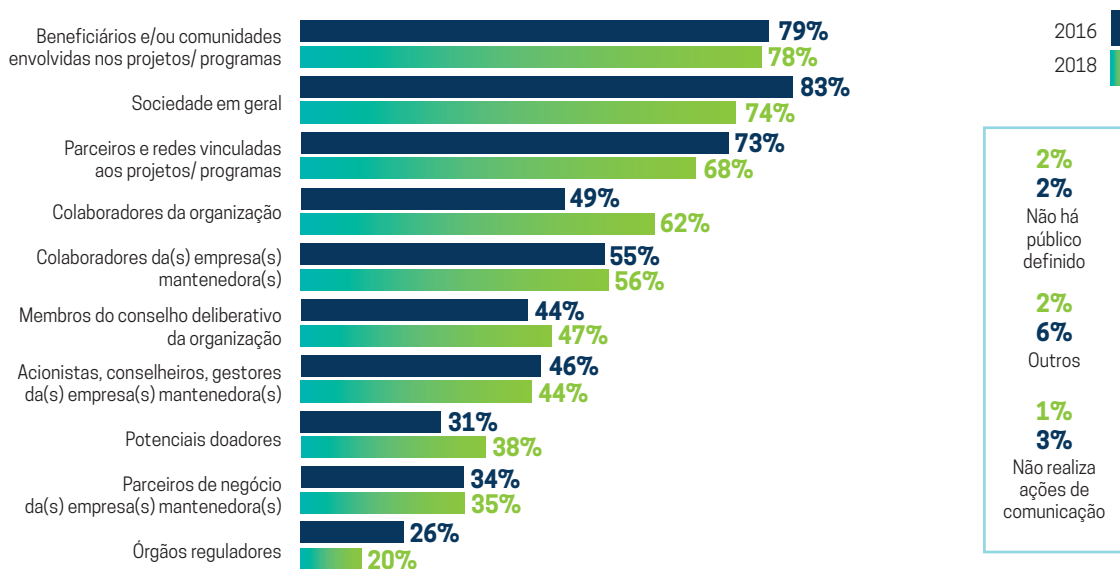
Gráfico 15: Organizações por estratégias de comunicação



BENEFICIÁRIOS E SOCIEDADE EM GERAL SÃO OS PÚBLICOS PRIORIZADOS PELA COMUNICAÇÃO

Embora a comparação com os resultados do Censo GIFE 2016 seja afetada pela maior quantidade de categorias de públicos almejados presentes na edição de 2018, beneficiários e comunidades envolvidas nos projetos ou programas superaram todos os demais públicos, tendo sido mencionados por 78% das organizações. Em segundo lugar, aparece a sociedade em geral, com 74% das menções.

Gráfico 16: Organizações por públicos almejados pela comunicação (2016 e 2018)



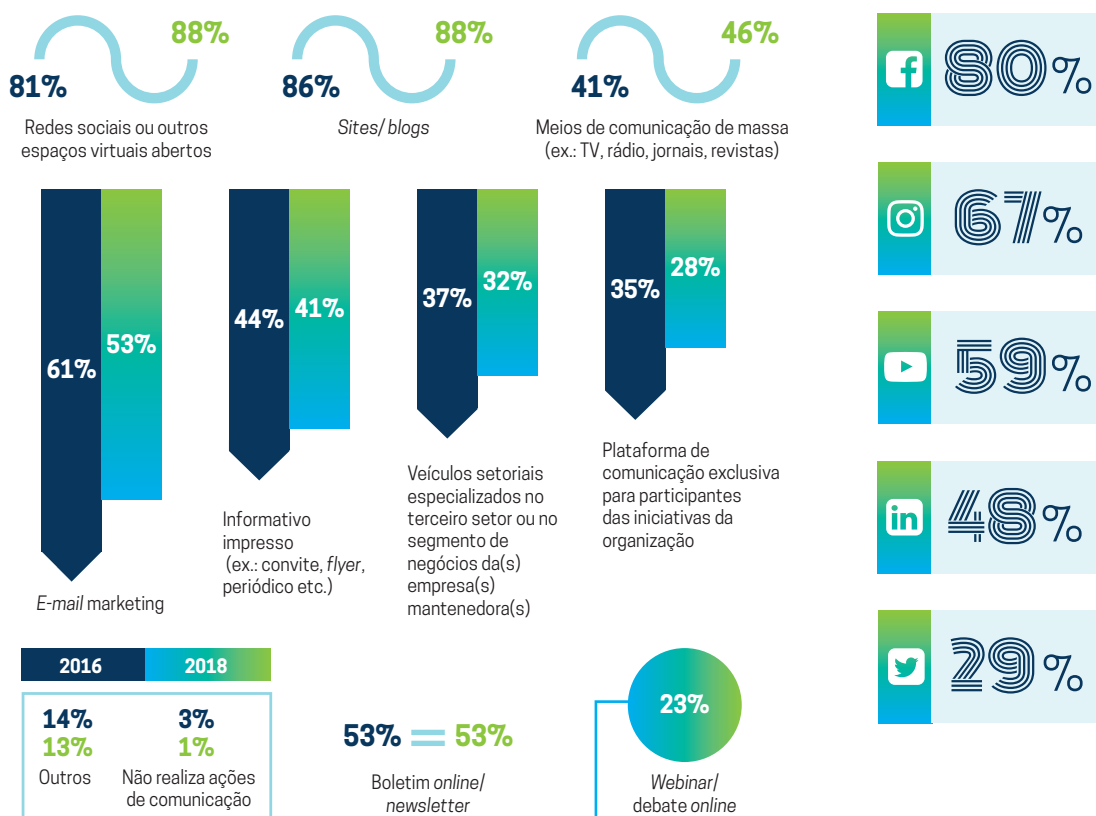
AUMENTA O USO DE REDES SOCIAIS ENTRE OS INVESTIDORES SOCIAIS

Redes sociais, *sites* e *blogs* continuam sendo os canais prioritários de comunicação de organizações de investimento social privado no Brasil. Na comparação com o Censo GIFE 2016, a parcela

de organizações que utilizam redes sociais cresceu 7 pontos percentuais, passando de 81% para 88%. Chama a atenção também que 23% dos respondentes usam *webinars* e debates *online*

como canal de comunicação. Em linha com a tendência observada nas estratégias de comunicação, esses dados reforçam a importância da internet e de espaços virtuais para efetivar a comunicação das organizações.

Gráfico 17: Organizações por meios ou canais de comunicação utilizados (2016 e 2018)

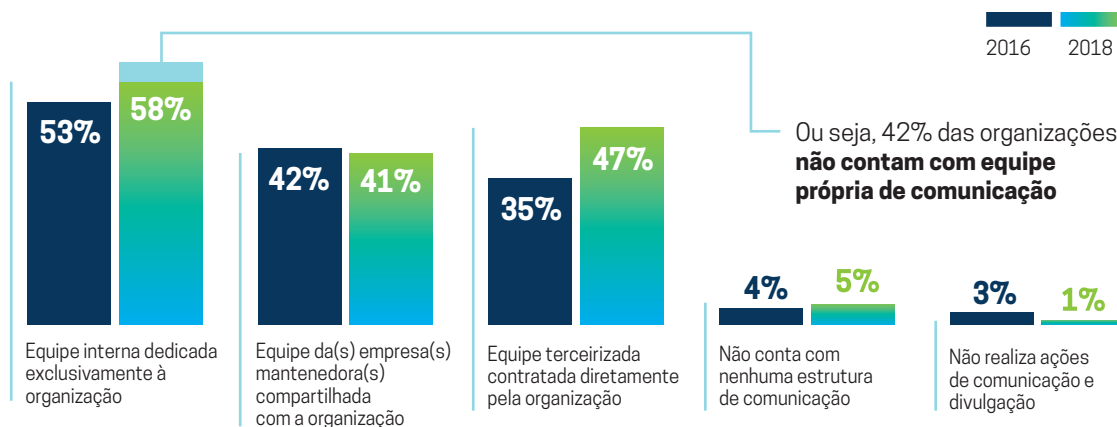


Cerca de 1 em cada 5 organizações utiliza *webinars* e debates *online* como canal de comunicação

AUMENTO DE TERCEIRIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO DOS INVESTIDORES SOCIAIS

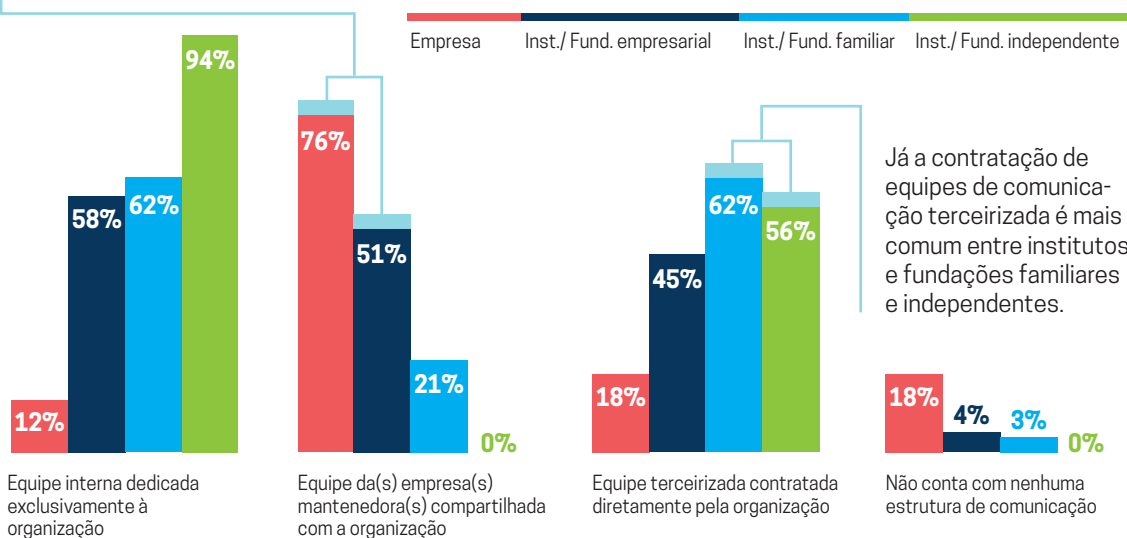
Pouco mais da metade dos investidores sociais (58%) conta com equipe de comunicação própria dedicada exclusivamente à organização, percentual que em 2016 era de 53%. Ainda assim, 41% das organizações contam com equipe compartilhada com a empresa mantenedora e 47%, com equipe de comunicação terceirizada contratada diretamente. Em 2016, a proporção de respondentes que terceirizava sua comunicação correspondia a 35%, o que significa um aumento de 12 pontos percentuais no período.

Gráfico 18: Organizações por estrutura de comunicação existente (2016 e 2018)



Como esperado, empresas são as organizações que mais compartilham sua equipe de comunicação com a mantenedora, seguidas de institutos e fundações empresariais.

Gráfico 19: Organizações por estrutura de comunicação existente e tipo de investidor





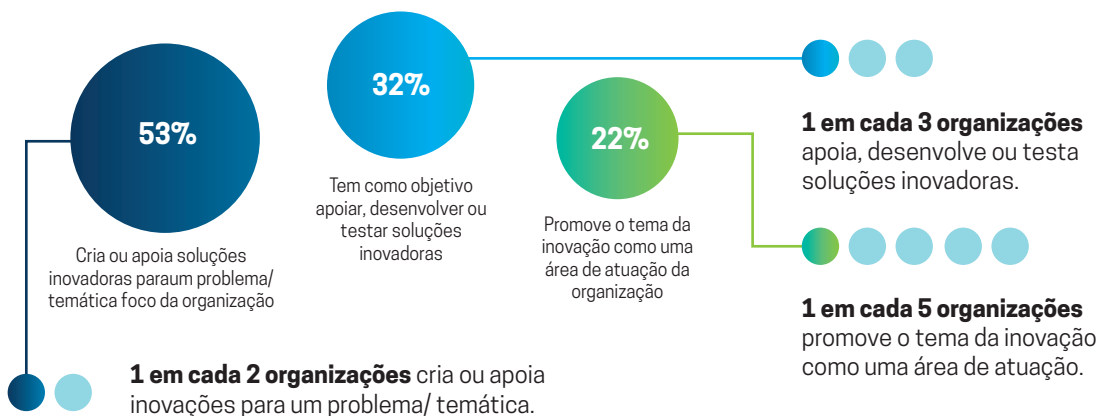
INOVAÇÃO É AMPLAMENTE INCORPORADA PELOS INVESTIDORES SOCIAIS

Pela primeira vez, o Censo GIFE investigou a relação dos respondentes com o tema da inovação.

82%

dos respondentes **têm práticas inovadoras na sua atuação ou gestão**

..|| Gráfico 20: Organizações por práticas inovadoras incorporadas na atuação

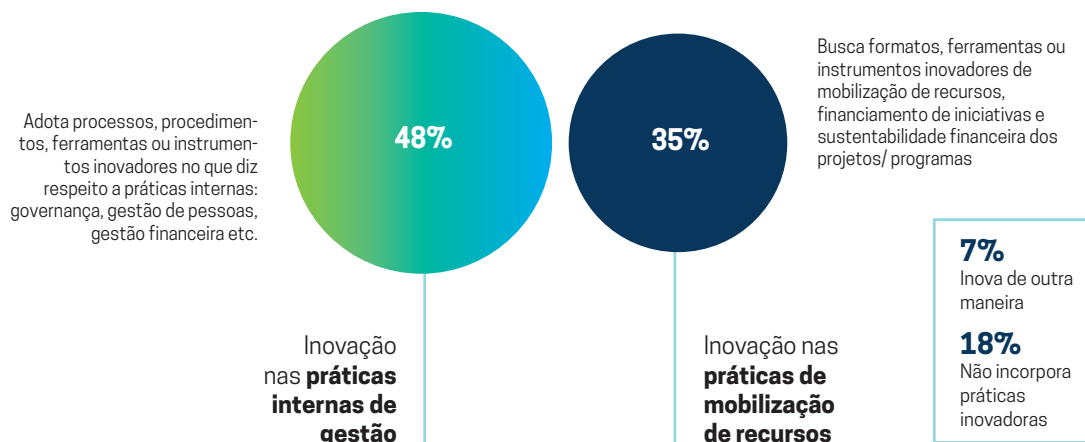


CONCEITO DE INOVAÇÃO

O GIFE entende o conceito de inovação no seu sentido mais amplo: tudo que pode ser incorporado como novos formatos para resolver desafios sociais presentes na sociedade e que dialoga com temas diversos da agenda pública.

A **1ª Mostra GIFE de Inovação Social** <<https://mostra.gife.org.br/>>, realizada em setembro de 2019, buscou evidenciar contribuições e soluções que a filantropia, o investimento social privado e a sociedade civil ajudam a fomentar em cooperação com outros atores. Na ocasião, foram expostas quase 300 soluções desenvolvidas nas mais diversas partes do país.

Gráfico 21: Organizações por práticas inovadoras incorporadas na gestão



RECURSOS TECNOLÓGICOS SÃO ADOTADOS DE DIFERENTES FORMAS

Embora a inovação social prescindida do componente tecnológico ou digital para acontecer, é notório que essas ferramentas têm apoiado processos inovadores em instituições públicas e privadas mundo afora. O Censo GIFE 2018 buscou apurar se recursos tecnológicos ou digitais – por exemplo *big data*, inteligência artificial, *application programming interface* (API), internet das coisas, robótica – são incorporados na inovação realizada pelas organizações.

Verificou-se que a adoção de recursos tecnológicos ou digitais está disseminada entre as organizações que incorporam práticas de inovação, estando presente em 86% dos respondentes que entendem a inovação como uma de suas áreas de atuação, em 67% dos investidores sociais que têm como objetivo apoiar, desenvolver ou testar soluções inovadoras e em 64% daqueles

que adotam a inovação nas práticas internas. Dentre os respondentes que inovam no tema de mobilização de recursos e financiamento de iniciativas, 62% contam com recursos tecnológicos ou digitais para fazê-lo. O mesmo vale para 61% das organizações que inovam na construção de soluções para os problemas por elas enfocados.

..|| **Gráfico 22:** Organizações que incorporam práticas inovadoras por utilização de recursos tecnológicos



O potencial de escala dos projetos ou programas é outra dimensão fundamental do investimento social privado, pois garante que experiências bem-sucedidas realizadas numa escala menor sejam ampliadas para beneficiar um maior número

de pessoas. Segundo Larry Cooley e Richard Kohl*, o ganho de escala não depende apenas do aporte de recursos financeiros, mas de um planejamento que deve partir desde o esboço do projeto ou programa, considerando ao menos

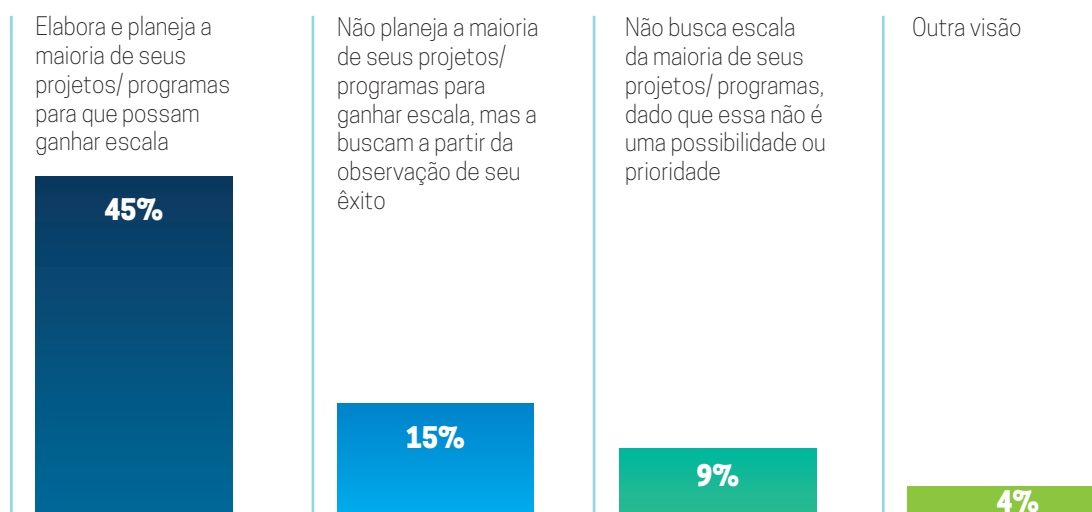
três pontos importantes: que tipo de esfera o projeto ou programa pretende alcançar (municipal, estadual ou federal); quais metas devem ser perseguidas (alcance, impacto, custo etc.); e quais são as condições de ampliar o projeto ou programa e operá-lo.

*Fonte: COOLEY, L.; KOHL, R. 2006. **Scaling up:** from vision to large-scale change. Disponível em: <https://www.strategyandscale.com/library>. Acesso em: out. 2019.

O Censo GIFE trouxe a questão da escala do investimento social em suas edições anteriores nas questões sobre alinhamento às políticas públicas, parcerias realizadas e alinhamento às agendas dos ODS. Nesta edição, as organizações respondentes tiveram a oportunidade de refletir sobre a presença da visão de escala em seus projetos ou programas.

ORGANIZAÇÕES BUSCAM ESCALA DA MAIORIA DE SEUS PROJETOS OU PROGRAMAS DESDE A FASE DE PLANEJAMENTO

Gráfico 23: Organizações por presença de visão de escala para maioria dos projetos ou programas



Verifica-se que 45% das organizações elaboram e planejam a maioria de seus projetos ou programas para ganharem escala, enquanto 15% delas busca escala a partir da observação de seu êxito.

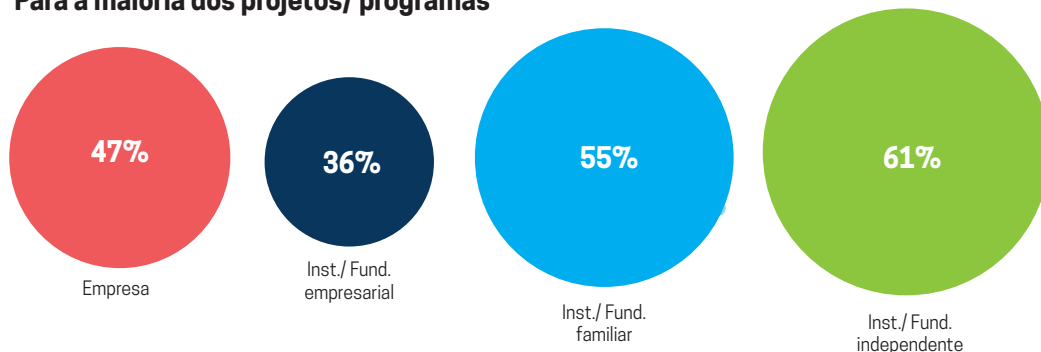
Para 9% dos investidores sociais, a escala da maioria de seus projetos ou programas não é uma possibilidade ou prioridade. Apenas quatro organizações indicaram não buscar escala de nenhum de seus projetos ou programas.

INSTITUTOS E FUNDAÇÕES INDEPENDENTES E FAMILIARES INCORPORAM MAIS A VISÃO DE ESCALA NO PLANEJAMENTO E ELABORAÇÃO DA MAIORIA DOS PROJETOS OU PROGRAMAS

A visão de escala na fase de elaboração e planejamento do projeto ou programa está presente em todos os perfis de investidores, com destaque para institutos e fundações independentes. Enquanto apenas 36% dos institutos e fundações empresariais elaboram e planejam a maioria de seus projetos ou programas para que possam ganhar escala, 61% dos institutos e fundações independentes adotam essa prática.

..|| **Gráfico 24:** Organizações por presença de visão de escala desde o planejamento e elaboração do projeto ou programa e tipo de investidor

Para a maioria dos projetos/ programas







COMO O INVESTIMENTO SOCIAL SE ARTICULA COM OUTROS ATORES E ATUA DE FORMA COLETIVA?

Este capítulo se propõe a compreender diferentes dimensões da ação coletiva do investimento social privado. Começa discutindo como ocorre o processo de articulação de investidores sociais com outros atores do campo, seja por meio de parcerias específicas em projetos ou programas ou de participação em redes e alianças mais amplas.

Posteriormente, busca investigar a evolução de iniciativas de coinvestimento, nas quais investidores sociais somam esforços e recursos financeiros em prol de objetivos comuns, compartilhando riscos e alavancando oportunidades, na tentativa de otimizar resultados.

O capítulo analisa ainda a convergência de investimento social privado com políticas públicas

e joga luz à maneira como os respondentes do Censo GIFE 2018 se relacionam com iniciativas estatais, tanto em esfera municipal quanto estadual e federal.

Por fim, é abordado o envolvimento de organizações no campo dos negócios de impacto social, ainda marcado por debates relacionados a conceitos, questões jurídicas e diferentes modelos de investimento.



PARCERIAS E ARTICULAÇÃO EM REDES

92%

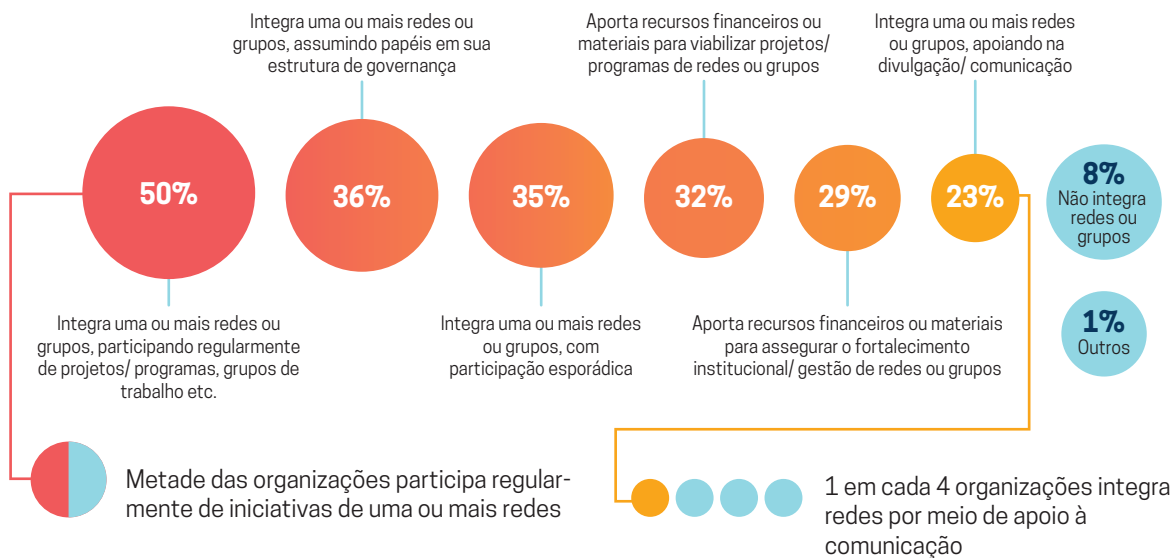
DOS INVESTIDORES SOCIAIS INTEGRAM REDES OU GRUPOS

Enquanto metade das organizações (50%) participa regularmente de projetos, programas ou grupos de trabalho de pelo menos uma rede, cerca de um terço (36%) delas assume papel de governança nessas estruturas e outro terço (35%) tem participação esporádica nessas alianças. Além disso, um em cada três respondentes (32%) aporta recursos financeiros ou materiais para viabilizar projetos ou programas da(s) rede(s) que compõe e 29% investem no fortalecimento institucional ou na gestão desses grupos. Apenas um em cada quatro respondentes (23%) participa de redes por meio de apoio à comunicação ou divulgação.

CONCEITO DE REDES OU GRUPOS

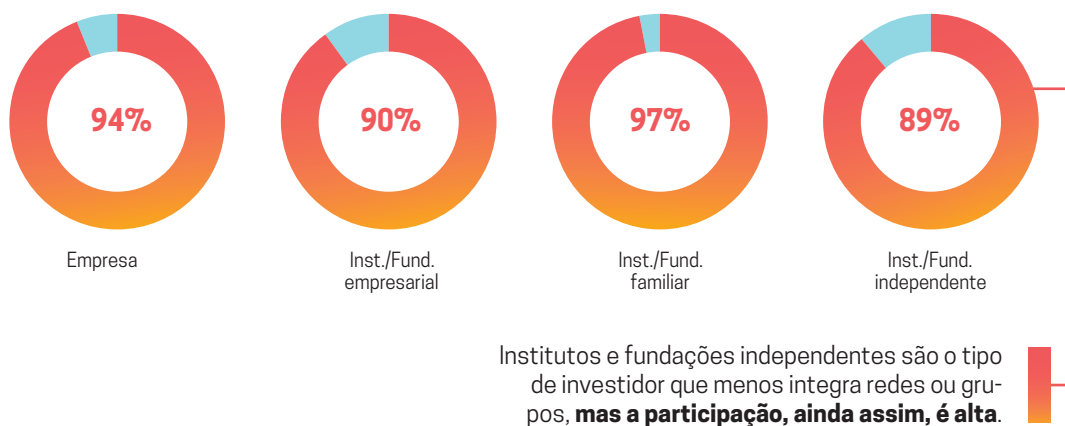
Para o GIFE, redes ou grupos são um conjunto de organizações ou indivíduos que se conectam colaborativamente de forma voluntária a partir de objetivos e princípios comuns, dispostos a cooperar entre si, e que valorizam a complementaridade das competências de seus membros. Têm planejamento e governança definidos e acordados entre seus membros.

..|| Gráfico 1: Organizações por forma de participação em redes ou grupos



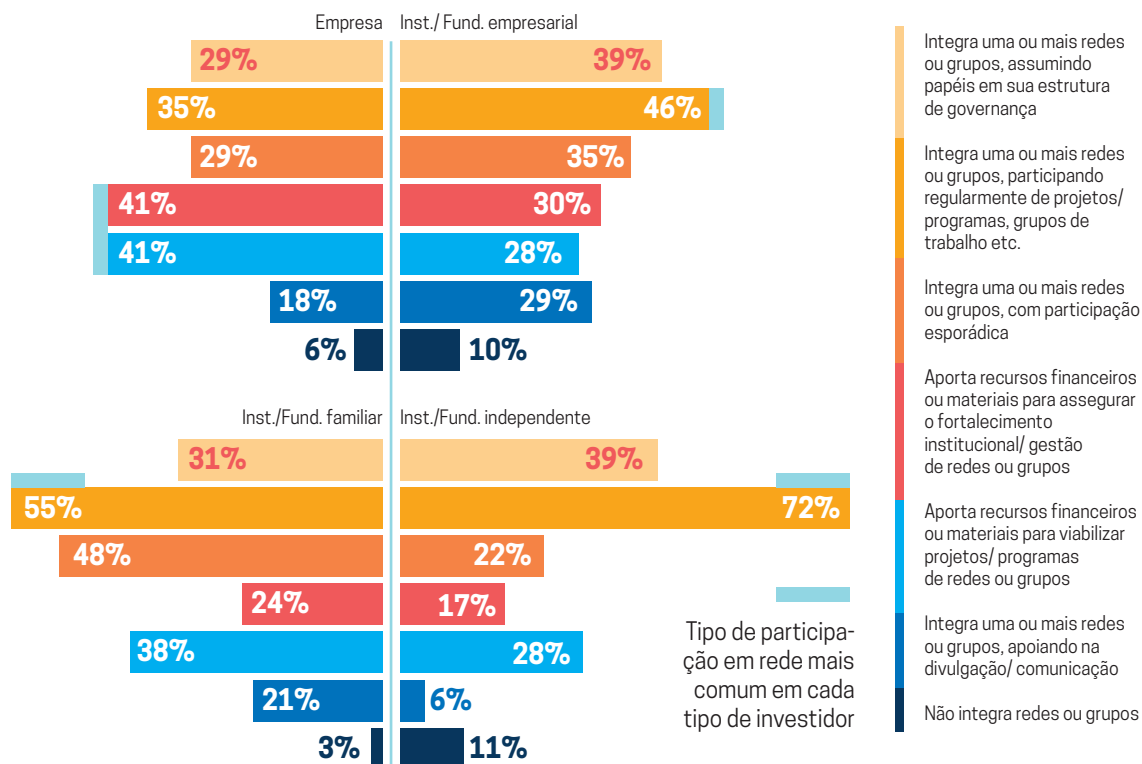
Quanto menor a faixa de investimento, maior a parcela de organizações que não se articula em redes ou grupos. Todos os respondentes que investem mais de R\$ 20 milhões fazem parte de redes ou grupos. Nas organizações da faixa de investimentos entre R\$ 6 e 20 milhões, esse percentual cai para 91% e, para aquelas que destinam até R\$ 6 milhões, essa proporção diminui para 86%.

..|| Gráfico 2: Organizações por participação em redes ou grupos e tipo de investidor



Em todos os tipos de investidores, é mais frequente a presença em redes ou grupos por meio da **participação regular** em projetos, programas ou grupos de trabalho, exceto no caso de empresas, no qual é mais comum (41%) o **aporte de recursos financeiros ou materiais** para viabilizar projetos ou programas ou para assegurar o fortalecimento ou gestão dos grupos ou redes.

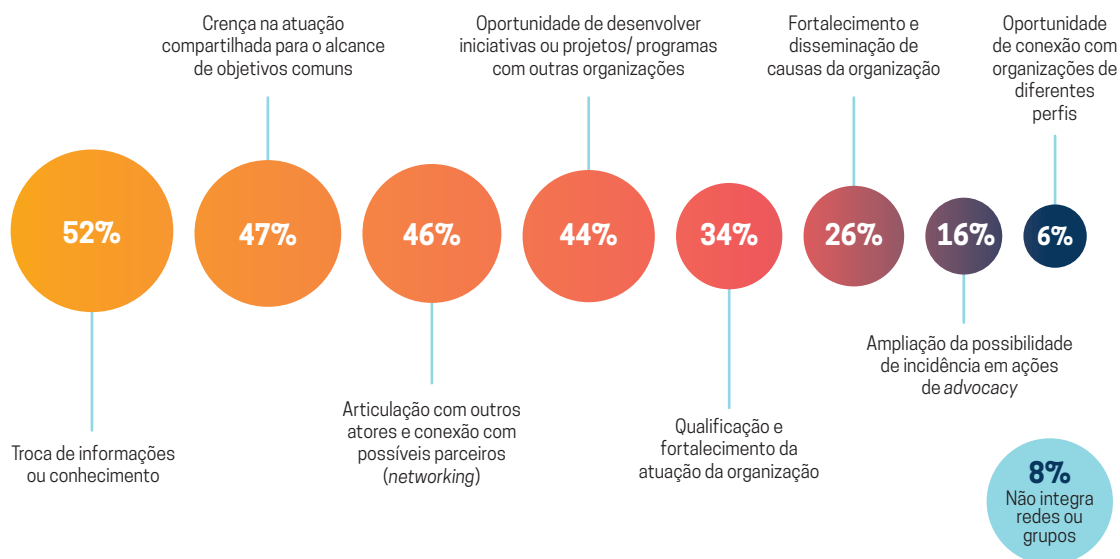
...|| **Gráfico 3:** Organizações por forma de participação em redes ou grupos e tipo de investidor



TROCA DE CONHECIMENTO E INFORMAÇÕES É ATRIBUTO MAIS VALORIZADO EM REDES OU GRUPOS

Quando perguntados a respeito do que mais valorizam na atuação em redes ou grupos, mais da metade dos respondentes (52%) mencionou a troca de informações e/ ou conhecimento. Por outro lado, em último lugar está a oportunidade de conexão com organizações de diferentes perfis, destacada pela menor parcela (6%).

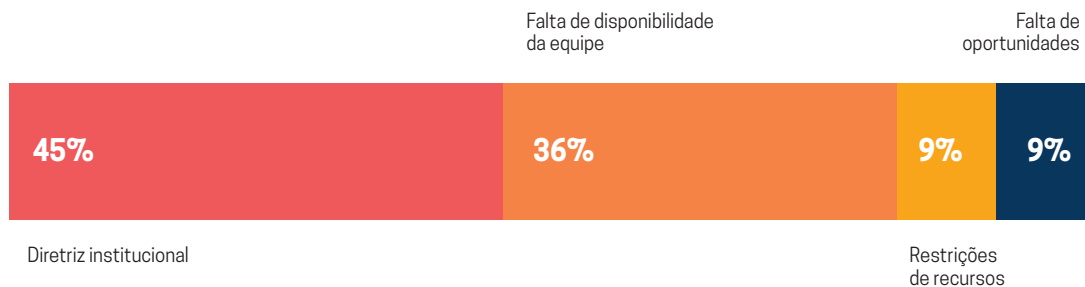
Gráfico 4: Organizações por atributos valorizados na participação em redes ou grupos



+ atributo **mais valorizado** ————— atributo **menos valorizado** -

Dentre os respondentes que não atuam em redes ou grupos, 45% seguem diretrizes institucionais para agir dessa forma, enquanto 36% não contam com disponibilidade de equipe para desempenhar essa atividade. Além disso, 9% apontam restrições de recursos e outros 9% afirmam não ter encontrado oportunidade para se articular em alianças desse tipo.

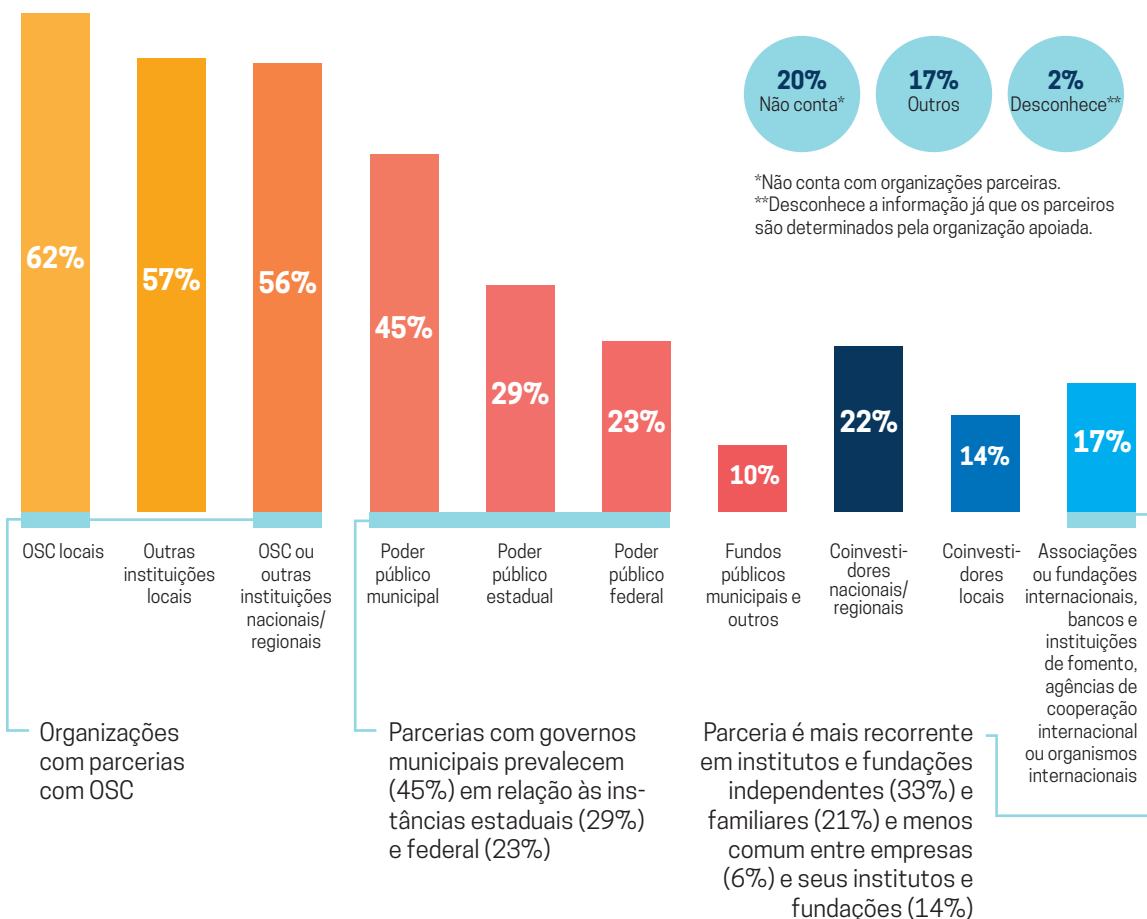
Gráfico 5: Organizações que não atuam em redes ou grupos por principal motivo



OSC SÃO AS INSTITUIÇÕES PARCEIRAS MAIS COMUNS DOS INVESTIDORES SOCIAIS

Em relação às parcerias estabelecidas, mais da metade dos respondentes apontam OSC locais (62%) e OSC nacionais ou regionais (56%) como parceiras de seus três projetos ou programas mais representativos. O segundo principal tipo de parceiro são organizações do poder público. Parceiros locais são priorizados de forma geral, com exceção dos coinvestidores nacionais/regionais, que foram citados por um percentual maior de organizações (22%) do que os locais (14%).

Gráfico 6: Organizações por tipos de parcerias estabelecidas nos três projetos ou programas mais representativos

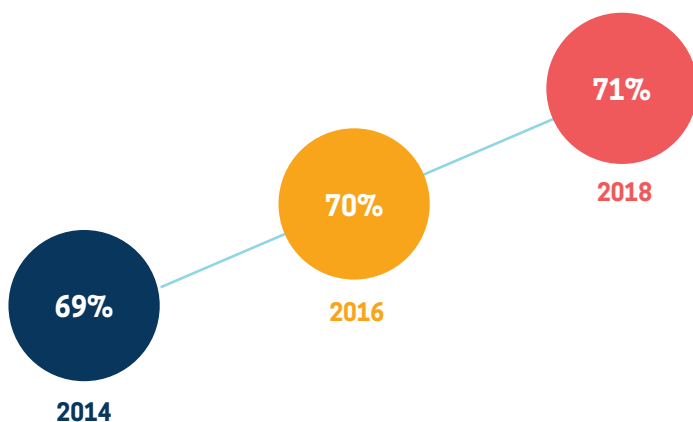




COINVESTIMENTO

Há três edições, o Censo GIFE investiga o desenvolvimento de iniciativas de coinvestimento, ou seja, o aporte de recursos, financeiros ou não, entre investidores sociais para a execução de um projeto conjunto. A cada biênio, a proporção de organizações que aderiu a essa prática teve um pequeno incremento de um ponto percentual.

Gráfico 7: Organizações por realização de coinvestimento (2014, 2016 e 2018)



Quando perguntados sobre os tipos de parcerias estabelecidas em seus três projetos ou programas prioritários:

22%

dos respondentes indicam **coinvestidores nacionais/regionais**;

44%

dos respondentes indicam **coinvestidores locais**.

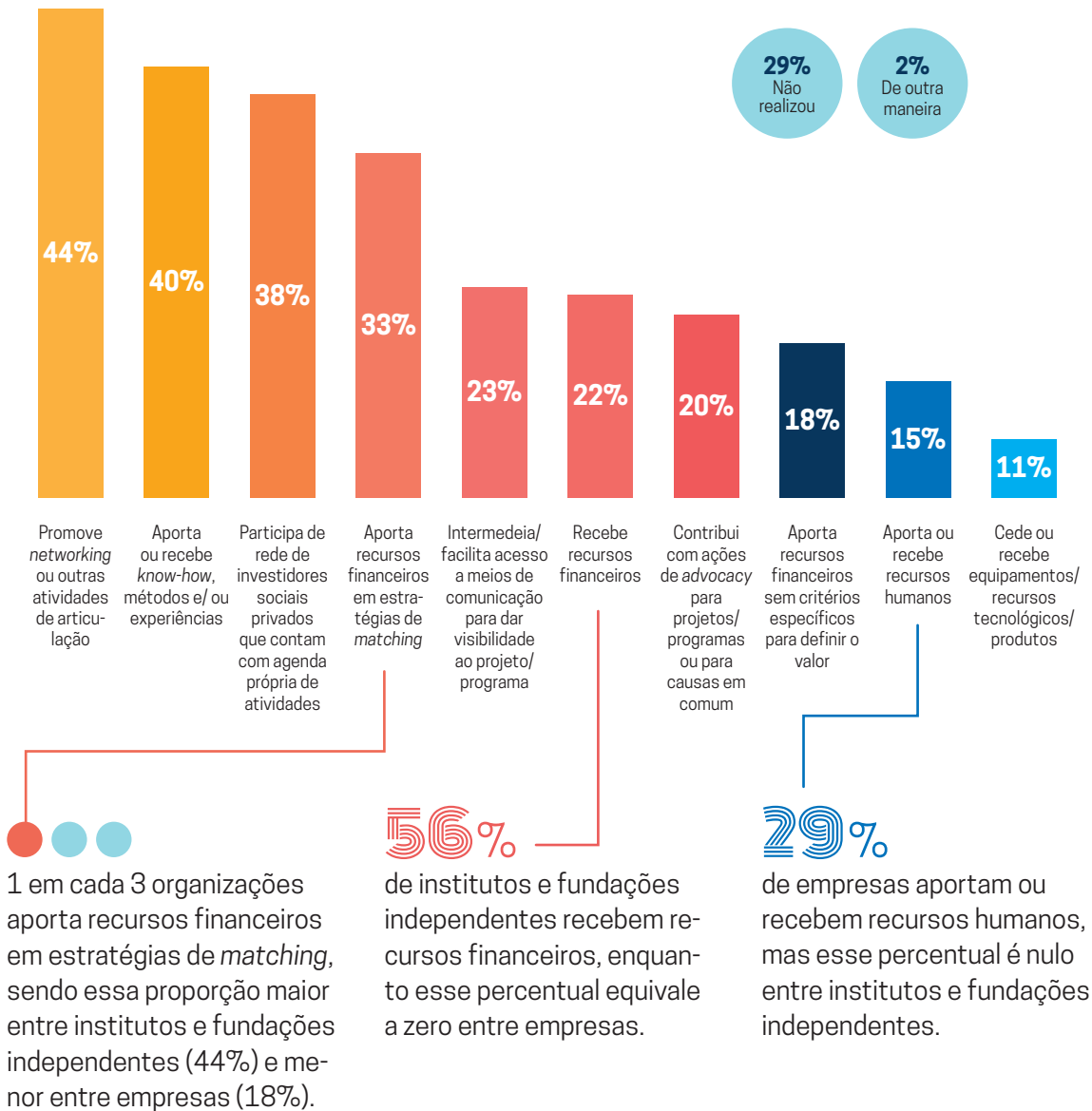
À medida que potencializam impactos e, simultaneamente, compartilham riscos de intervenções realizadas, as parcerias promovem sinergias importantes entre investidores sociais, que passam a unir esforços em uma mesma direção.

A forma mais comum de iniciativa de coinvestimento, adotada por 44% das organizações, é a promoção de *networking* ou de outras atividades de articulação. Em segundo lugar, apare-

ce aporte ou recebimento de *know-how*, métodos e experiências (40%), seguido por participação de redes de investidores privados que contam com agenda própria (38%).



Gráfico 8: Organizações por tipo de coinvestimento



EMPRESAS E INSTITUTOS E FUNDAÇÕES INDEPENDENTES SÃO MAIS PROPENSOS A REALIZAR COINVESTIMENTO

As ações de coinvestimento são mais recorrentes entre empresas (82%) e institutos e fundações independentes (78%), mas também alcançam uma proporção expressiva de institutos e fundações familiares (72%) e empresariais (65%). Enquanto 80% das organizações classificadas como essencialmente financiadoras realizam coinvestimento, o mesmo se aplica a 57% das consideradas essencialmente executoras.

Tabela 1: Organizações por iniciativas de coinvestimento e tipo de investidor

| | Empresa | Inst./Fund. empresarial | Inst./Fund. familiar | Inst./Fund. independente |
|---|------------|-------------------------|----------------------|--------------------------|
| Promove <i>networking</i> ou outras atividades de articulação | 47% | 42% | 48% | 44% |
| Aporta ou recebe <i>know-how</i> , métodos e/ou experiências | 53% | 41% | 41% | 22% |
| Participa de redes de investidores sociais privados que contam com agenda própria de atividades | 47% | 39% | 38% | 22% |
| Aporta recursos financeiros em estratégias de <i>matching</i> | 18% | 32% | 38% | 44% |
| Intermedeia/ facilita acesso a meios de comunicação para dar visibilidade ao projeto/ programa | 29% | 20% | 28% | 17% |
| Recebe recursos financeiros | 0% | 13% | 34% | 56% |
| Contribui com ações de <i>advocacy</i> para projetos/ programas ou para causas em comum | 24% | 16% | 28% | 22% |
| Aporta recursos financeiros sem critérios específicos para definir o valor | 29% | 14% | 21% | 17% |
| Aporta ou recebe recursos humanos | 29% | 17% | 10% | 0% |
| Cede ou recebe equipamentos/ recursos tecnológicos/ produtos | 18% | 10% | 10% | 6% |
| Não realiza coinvestimento | 18% | 35% | 28% | 22% |

 Iniciativa de coinvestimento **mais frequente**

 Iniciativa de coinvestimento **menos frequente**



ALINHAMENTO COM POLÍTICAS PÚBLICAS

Os investidores sociais operam uma ampla diversidade de estratégias para alinhamento com políticas públicas. No entanto, comparativamente a 2016, a proporção de respondentes que adota estratégias de aproximação com políticas públicas caiu 6 pontos percentuais, passando de 86% para 80%.

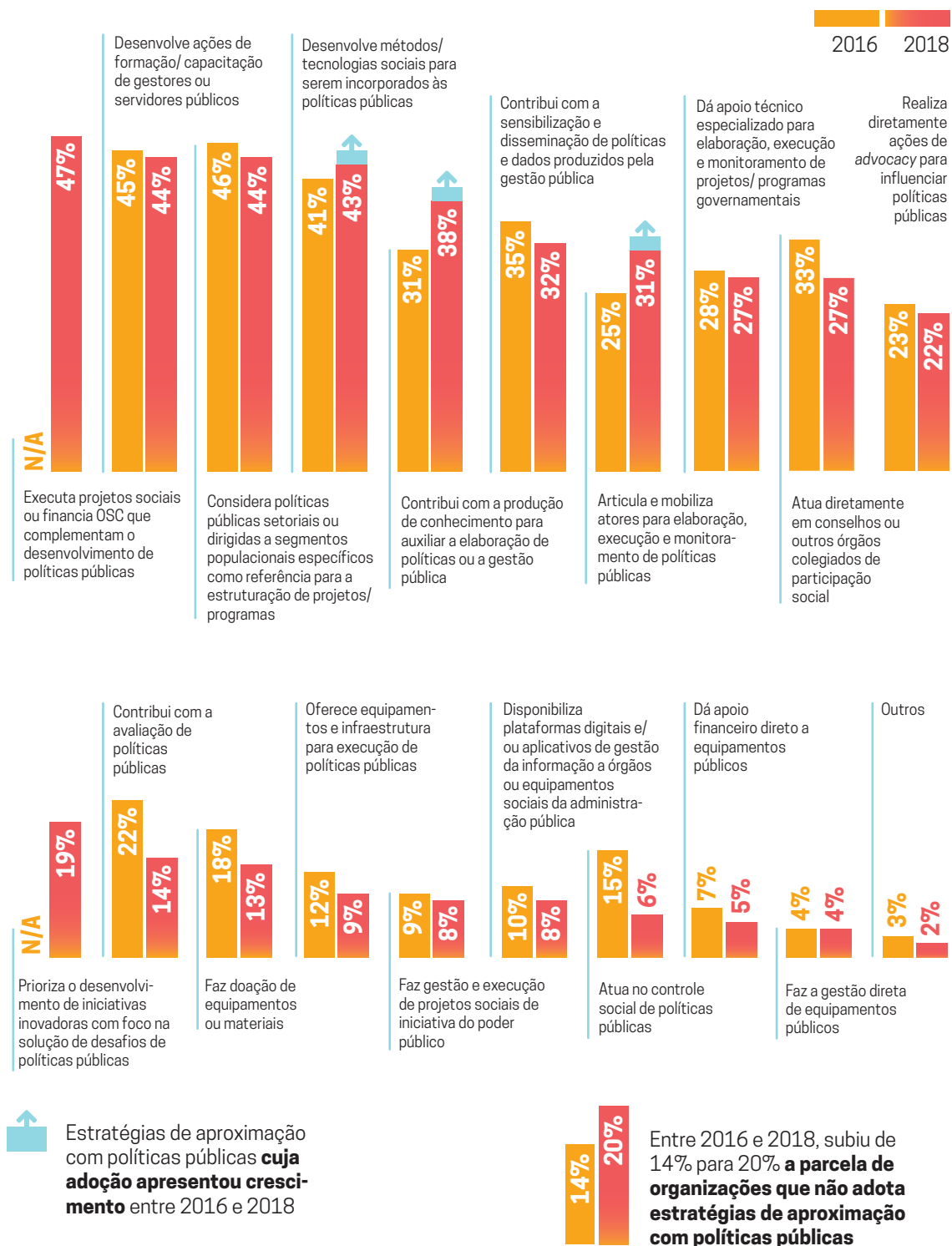
DIMINUI A PARCELA DE ORGANIZAÇÕES QUE ADOTA ESTRATÉGIAS DE APROXIMAÇÃO COM POLÍTICAS PÚBLICAS

Entre 2016 e 2018, as únicas estratégias de alinhamento com políticas públicas que apresentaram crescimento foram: desenvolvimento de métodos/tecnologias sociais para serem incorporados às políticas públicas (de 41% para 43%), produção de conhecimento para auxiliar a elaboração de políticas ou a gestão pública (de 31% para 38%) e articulação e

mobilização de atores para elaborar, executar e monitorar políticas públicas (de 25% para 31%). As demais estratégias passaram a ser menos utilizadas pelo conjunto de investidores sociais respondentes. Vale destacar que duas novas alternativas foram inseridas no Censo GIFE 2018, o que pode comprometer a comparação com a edição anterior.



Gráfico 9: Organizações por tipo de estratégia de aproximação com políticas públicas



ALINHAMENTO COM POLÍTICAS PÚBLICAS OCORRE MAIS EM NÍVEL MUNICIPAL DO QUE ESTADUAL OU FEDERAL

Conforme visto, parcerias com governos municipais (45%) prevalecem nos três projetos ou programas mais representativos desenvolvidos por investidores sociais em relação a parcerias com instâncias governamentais estaduais (29%) e federal (23%).

Em linha com essa tendência, as estratégias de alinhamento com políticas públicas ocorrem prioritariamente em nível municipal, com exceção das ações de *advocacy*, cuja incidência na esfera federal se dá por uma parcela maior de organizações (10%) em comparação com as outras esferas.



Tabela 2: Organizações por tipo de estratégia de aproximação com políticas públicas e por nível da federação*

*Nota: 20% dos respondentes disseram não adotar estratégias de alinhamento, os percentuais da tabela não foram recalculados para excluí-los.

| | Sem distinção | Federal | Estadual | Municipal | Não adota |
|--|---------------|---------|----------|-----------|-----------|
| Considera políticas públicas setoriais ou dirigidas a segmentos populacionais específicos como referência para a estruturação de projetos/ programas | 20% | 13% | 12% | 19% | 36% |
| Contribui com a produção de conhecimento para auxiliar a elaboração de políticas ou a gestão pública | 22% | 9% | 5% | 13% | 42% |
| Contribui com a sensibilização e disseminação de políticas e dados produzidos pela gestão pública | 20% | 7% | 6% | 10% | 48% |
| Contribui com a avaliação de políticas públicas | 8% | 4% | 2% | 6% | 66% |
| Desenvolve ações de formação/ capacitação de gestores ou servidores públicos | 13% | 3% | 9% | 28% | 37% |
| Desenvolve métodos/ tecnologias sociais para serem incorporados às políticas públicas | 16% | 8% | 12% | 23% | 38% |
| Executa projetos sociais ou financia OSC que complementam o desenvolvimento de políticas públicas | 21% | 11% | 8% | 20% | 33% |
| Dá apoio técnico especializado para elaboração, execução e monitoramento de projetos/ programas governamentais | 8% | 5% | 8% | 17% | 53% |
| Articula e mobiliza atores para elaboração, execução e monitoramento de políticas públicas | 11% | 10% | 8% | 15% | 50% |
| Atua diretamente em conselhos ou outros órgãos colegiados de participação social (conferências, audiências, consultas públicas etc.) | 8% | 8% | 8% | 12% | 53% |
| Prioriza o desenvolvimento de iniciativas inovadoras com foco na solução de desafios de políticas públicas (escala, redução de custo etc.) | 7% | 5% | 5% | 10% | 62% |
| Faz doação de equipamentos ou materiais | 4% | 2% | 5% | 9% | 68% |
| Oferece equipamentos e infraestrutura para execução de políticas públicas (disponibiliza transporte, local para encontros etc.) | 2% | 1% | 4% | 7% | 71% |
| Disponibiliza plataformas digitais e/ ou aplicativos de gestão da informação a órgãos ou equipamentos sociais da administração pública | 3% | 2% | 2% | 4% | 72% |
| Faz gestão e execução de projetos sociais de iniciativa do poder público | 1% | 2% | 3% | 6% | 72% |
| Atua no controle social de políticas públicas | 2% | 2% | 2% | 4% | 74% |
| Dá apoio financeiro direto a equipamentos públicos | 2% | 0% | 3% | 3% | 75% |
| Faz a gestão direta de equipamentos públicos | 0% | 0% | 0% | 4% | 77% |
| Realiza diretamente ações de <i>advocacy</i> para influenciar políticas públicas | 8% | 10% | 8% | 8% | 59% |
| Outros | 0% | 1% | 1% | 1% | 78% |

Quando examinadas as características centrais para que a aproximação com políticas públicas seja benéfica para todos os envolvidos (incluindo a população-alvo da ação), atributos como clareza sobre o papel das partes, transparência e convergência de propósitos foram mencionados como importantes ou muito importantes pelo maior percentual de respondentes. Chama a atenção que a garantia de gestão compartilhada foi destacada como muito importante ou importante por uma parcela menor de respondentes, ainda que por um percentual alto (62%).

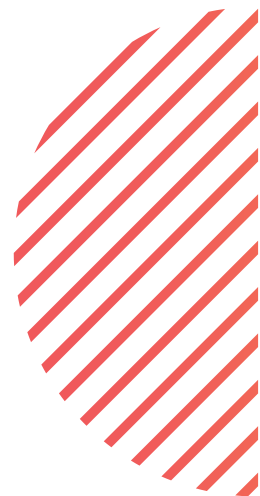
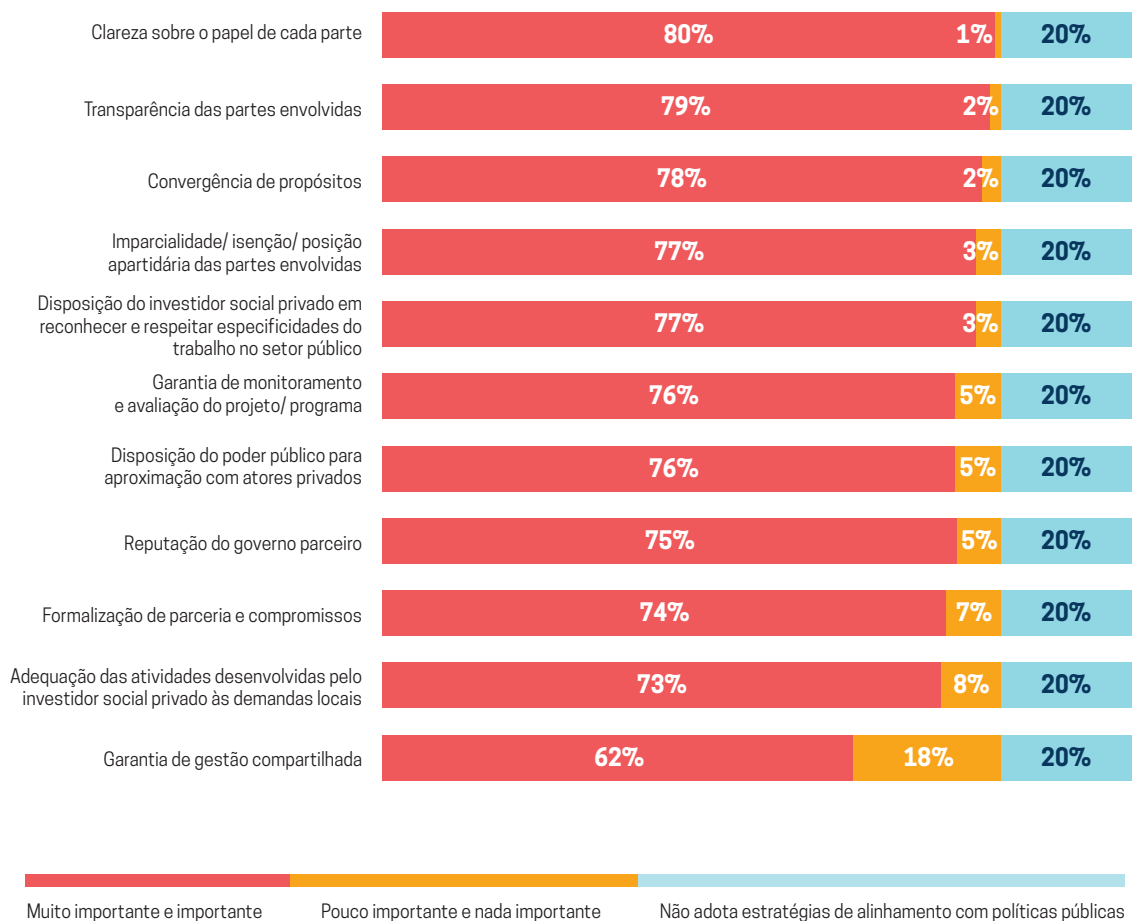


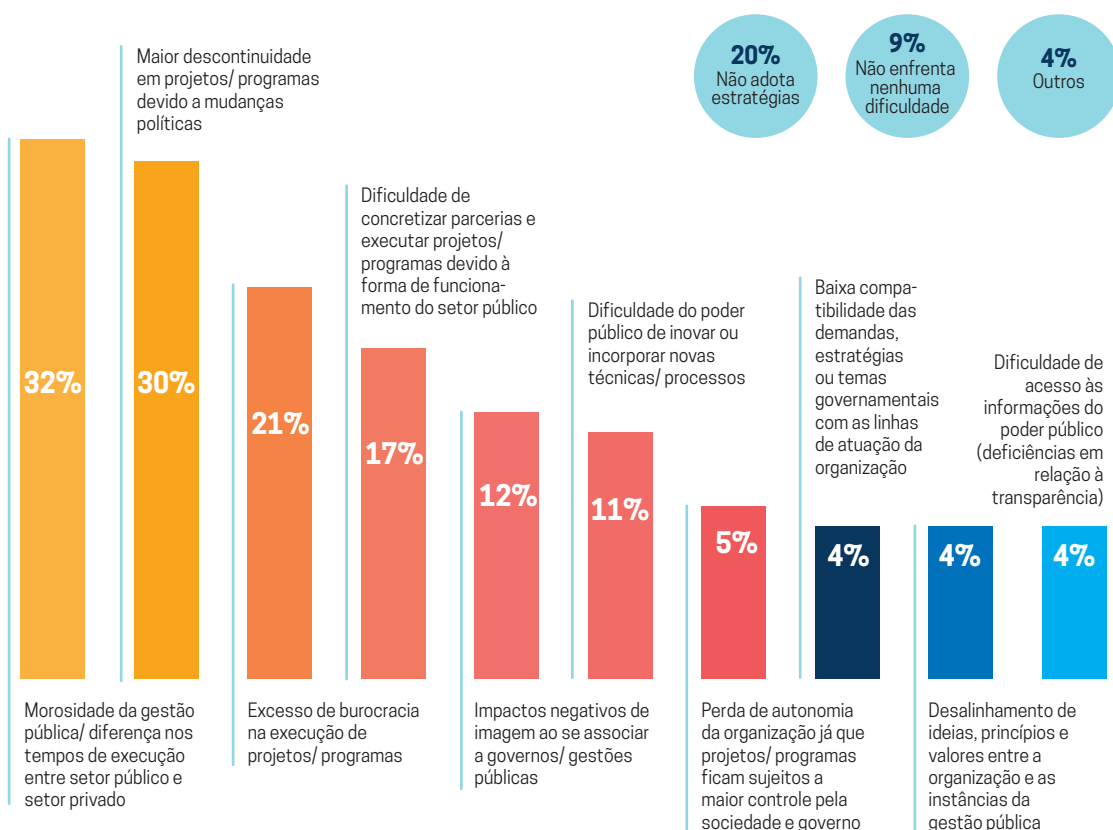
Gráfico 10: Organizações por importância de características para que a aproximação com políticas públicas seja benéfica



MOROSIDADE, DESCONTINUIDADE DE AÇÕES E EXCESSO DE BUROCRACIA SÃO AS PRINCIPAIS BARREIRAS DE APROXIMAÇÃO COM POLÍTICAS PÚBLICAS

Quanto às principais dificuldades para aproximação com políticas públicas, 32% das organizações se queixam de morosidade, 30% reclamam de descontinuidade de iniciativas devido a mudanças políticas e 21% indicam excesso de burocracia na execução de projetos ou programas.

Gráfico 11: Organizações por duas principais dificuldades na aproximação com políticas públicas



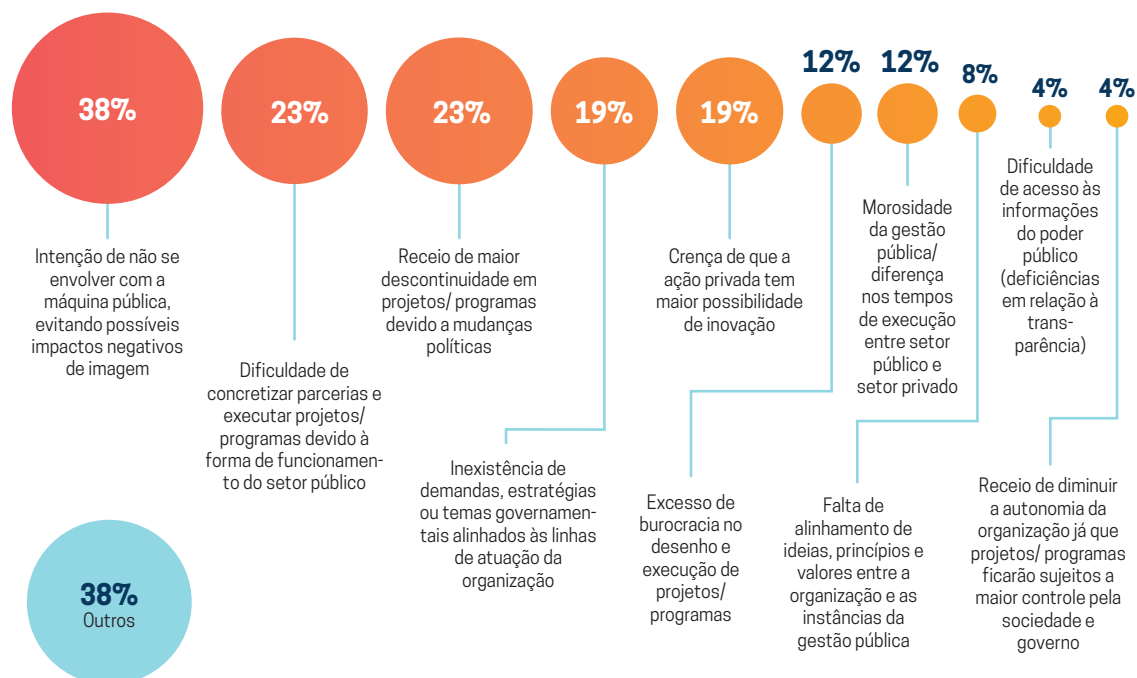
ORGANIZAÇÕES SEM ESTRATÉGIAS DE APROXIMAÇÃO COM POLÍTICAS PÚBLICAS TEMEM DANOS À IMAGEM, DIFICULDADES COM O FUNCIONAMENTO DO SETOR PÚBLICO E DESCONTINUIDADE POR MUDANÇAS POLÍTICAS

Dentre os dois principais motivos para não se alinhar a políticas públicas, 38% das organizações que não o fazem mencionam evitar impactos negativos de imagem por conta de envolvimento com a máqui-

na pública, 23% destacam dificuldade de concretizar parcerias e executar projetos ou programas devido à forma de funcionamento do setor público e outros 23% temem pela descontinuidade de iniciativas em

decorrência de mudanças políticas. A descontinuidade de iniciativas também aparece entre as três principais dificuldades apontadas por aqueles que têm estratégias de alinhamento com políticas públicas.

Gráfico 12: Organizações que não adotam estratégias de aproximação com políticas públicas por dois principais motivos






NEGÓCIO DE IMPACTO SOCIAL

DIMINUI A PROPORÇÃO DE ORGANIZAÇÕES ENGAJADAS COM NEGÓCIOS DE IMPACTO, MAS AUMENTA A PARCELA DE RECURSOS DESTINADOS AO TEMA

R\$

MILHÕES

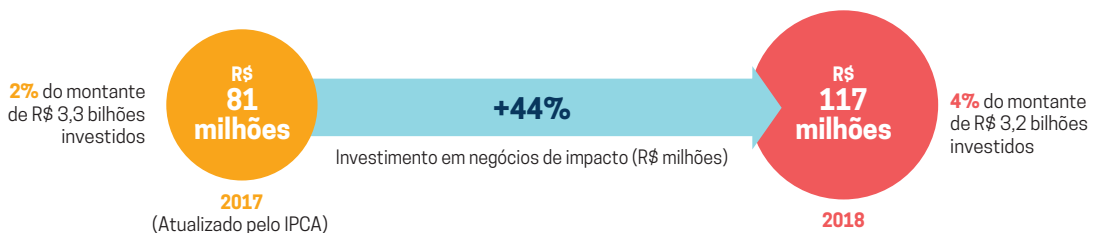
foram aportados para o tema de **negócios de impacto social** em 2018, o que corresponde a


 **do volume total de investimento** de R\$ 3,2 bilhões.

2016 
↓
2018 

Caiu a **proporção de organizações** com envolvimento em negócios de impacto social entre 2016 e 2018.

 **Gráfico 13:** Volume de recursos aportados no tema de negócios de impacto social (2017 e 2018)



O QUE SÃO NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL?

São empreendimentos com a missão explícita de gerar impacto socioambiental ao mesmo tempo em que geram resultado financeiro positivo e de forma sustentável. Há quatro princípios que diferenciam negócios de impacto de OSC ou de negócios tradicionais (independentemente da constituição jurídica da organização).

Negócios de impacto:

- 1) têm um propósito de gerar impacto socioambiental positivo explícito na sua missão;
- 2) conhecem, mensuram e avaliam o seu impacto periodicamente;
- 3) têm uma lógica econômica que permite gerar receita própria;

- 4) têm uma governança que leva em consideração os interesses de investidores, clientes e comunidade.

Os negócios de impacto podem assumir diferentes formatos legais, como associações, fundações, cooperativas ou empresas.



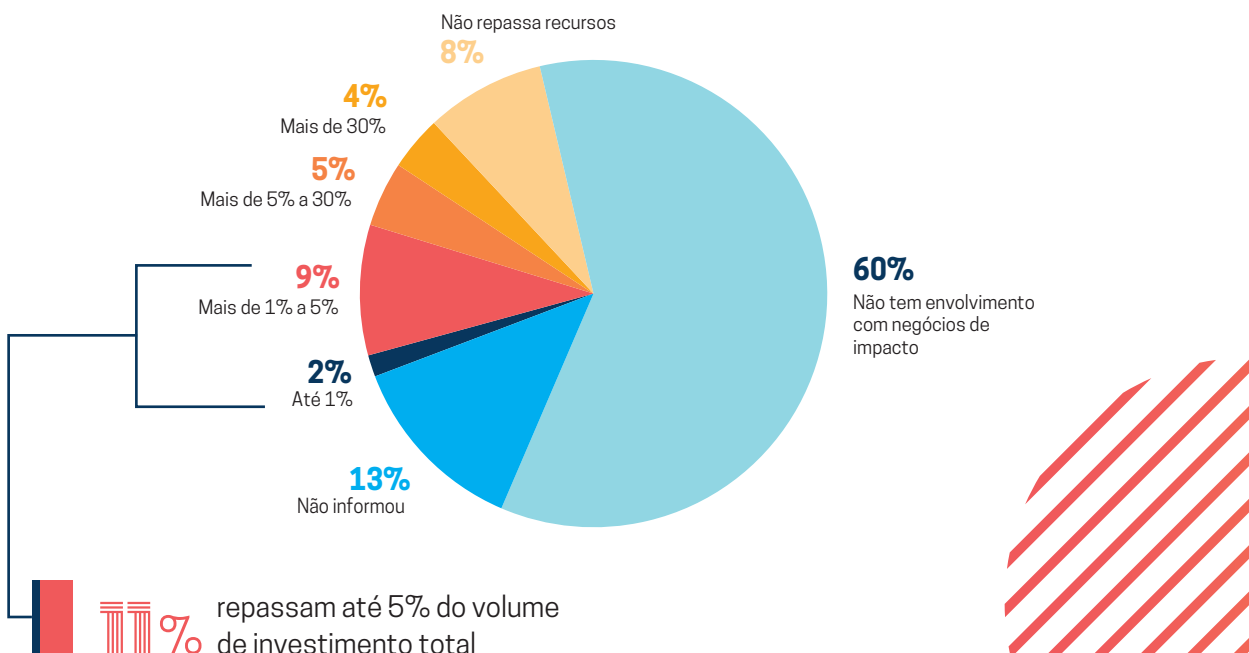
Fonte: ALIANÇA PELOS INVESTIMENTOS E NEGÓCIOS DE IMPACTO. **O que são negócios de impacto**. 2019. Disponível em: <<https://aliancapeloimpacto.org.br/o-que-sao-financas-sociais/>>. Acesso em: 30 out. 2019.

A análise mais individualizada dos respondentes demonstra grande variação no montante de recursos destinados a negócios de impacto social, com algumas empresas e institutos e fundações fazendo aportes expressivos nesse campo.

Varição no volume de recursos repassados para o tema negócios de impacto social



Gráfico 14: Organizações por volume de recursos para o tema de negócios de impacto social em relação ao investimento total



INSTITUTOS E FUNDAÇÕES INDEPENDENTES SÃO O TIPO DE INVESTIDOR QUE MAIS SE ENVOLVE COM NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL

Gráfico 15: Organizações por envolvimento com o tema de impacto social e tipo de investidor

Proporcionalmente, **institutos e fundações independentes apresentam maior envolvimento com negócios de impacto social** (33%), seguidos por empresas e seus institutos e fundações (30% e 29%, respectivamente), ficando institutos e fundações familiares em último lugar (17%).



3 em cada 10 institutos e fundações independentes se envolvem com negócios de impacto social, mas o envolvimento de **1 em cada 10 não prevê repasse de recursos.**

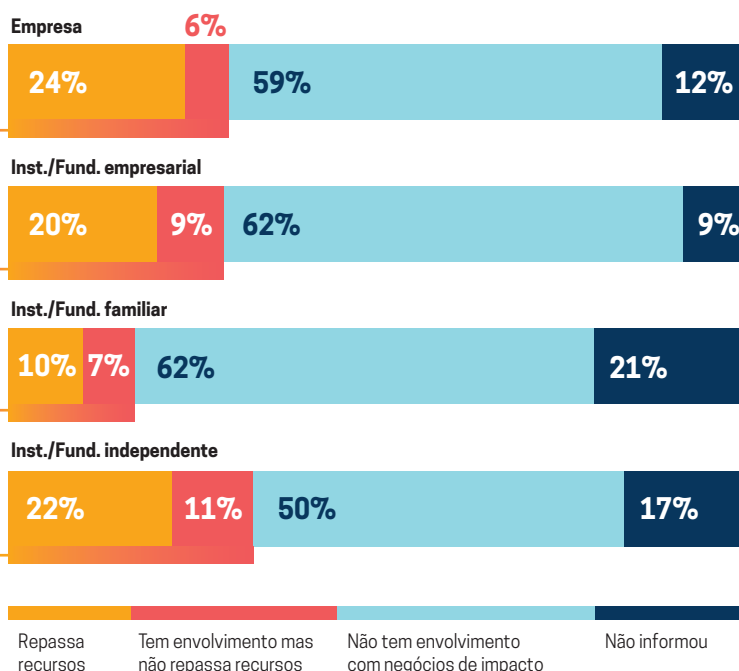
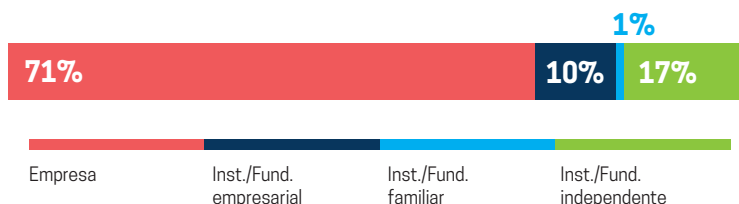


Gráfico 16: Proporção do volume de recursos para o tema de negócios de impacto social por tipo de investidor

**DOS R\$
MILHÕES**

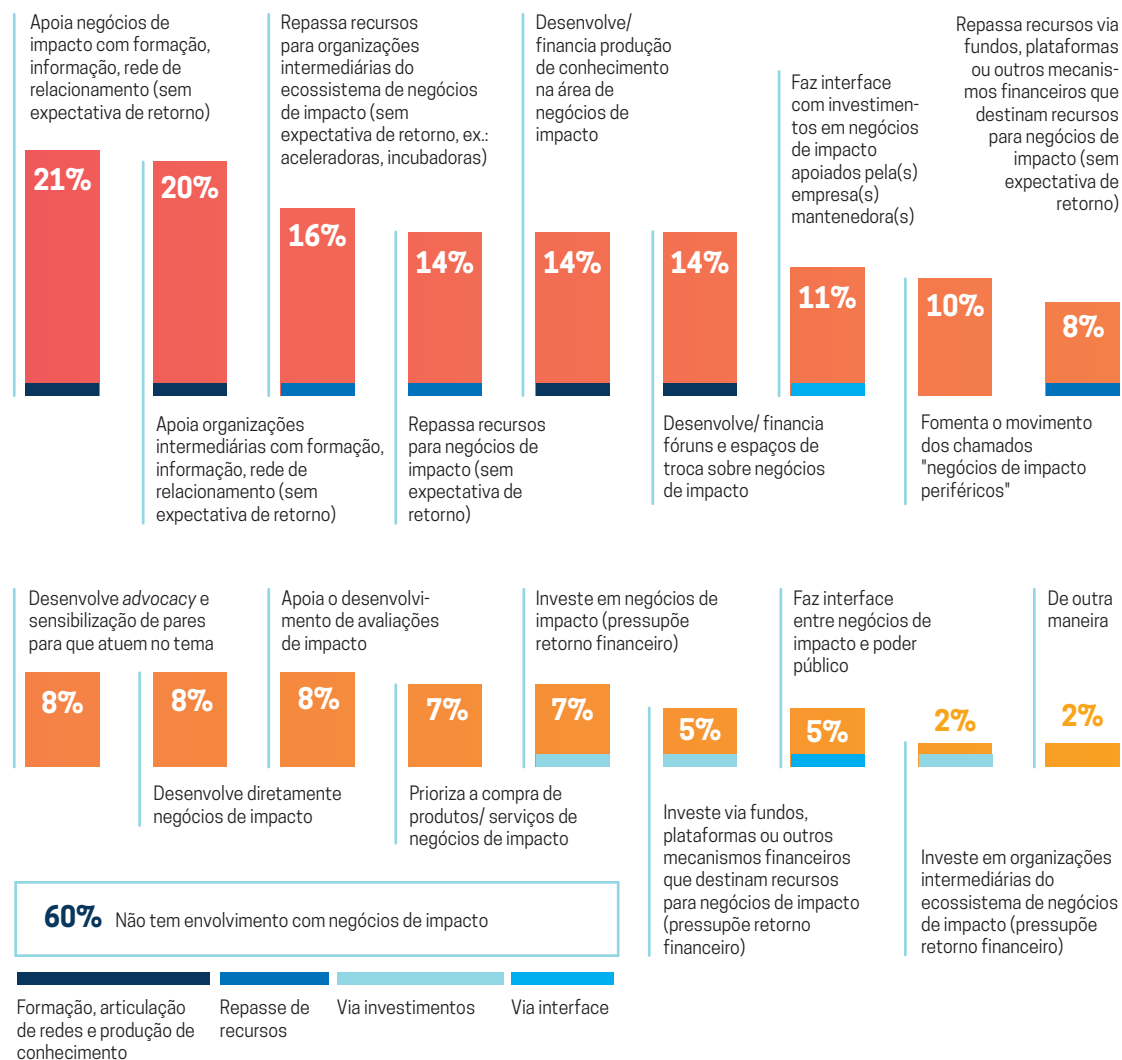
aportados para o tema de negócios, **71%** são provenientes de empresas.



CRESCER O REPASSE DE RECURSOS PARA INTERMEDIÁRIOS E NEGÓCIOS DE IMPACTO

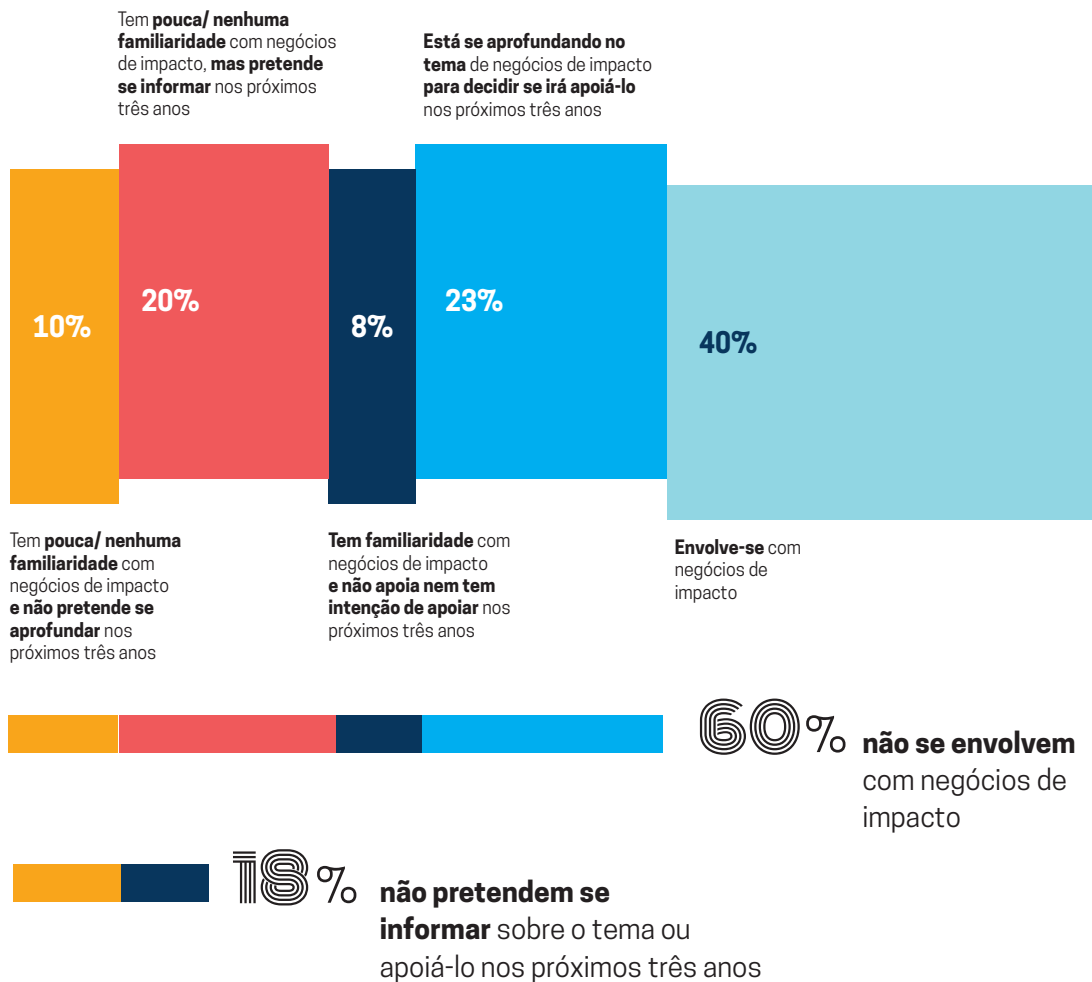
Dentre os investidores sociais, 40% afirmaram ter atuado com negócios de impacto social nas mais diversas formas, especialmente por estratégias de formação, informação e rede de relacionamento. Ademais, aumentaram significativamente as organizações que repassaram recursos para intermediários e negócios de impacto (de 6% em 2016 para 16% em 2018 e de 8% para 14%, respectivamente), passando a figurar entre as principais formas de atuação de investidores sociais nesse campo.

Gráfico 17: Organizações por formas de envolvimento com o tema de negócios de impacto social



Dentre 60% de organizações que não se engajam com negócios de impacto, 30% têm pouca ou nenhuma familiaridade com o tema, sendo que 10% não pretendem se informar sobre o assunto nos próximos três anos. Ainda assim, 23% estão se aprofundando no tema para decidir se irão apoiá-lo nos próximos anos.

Gráfico 18: Organizações por tipo de relação com o tema de negócios de impacto social



DECISÃO INSTITUCIONAL E RESTRIÇÕES ORÇAMENTÁRIAS SÃO OS PRINCIPAIS DESAFIOS PARA ENVOLVIMENTO COM NEGÓCIOS DE IMPACTO

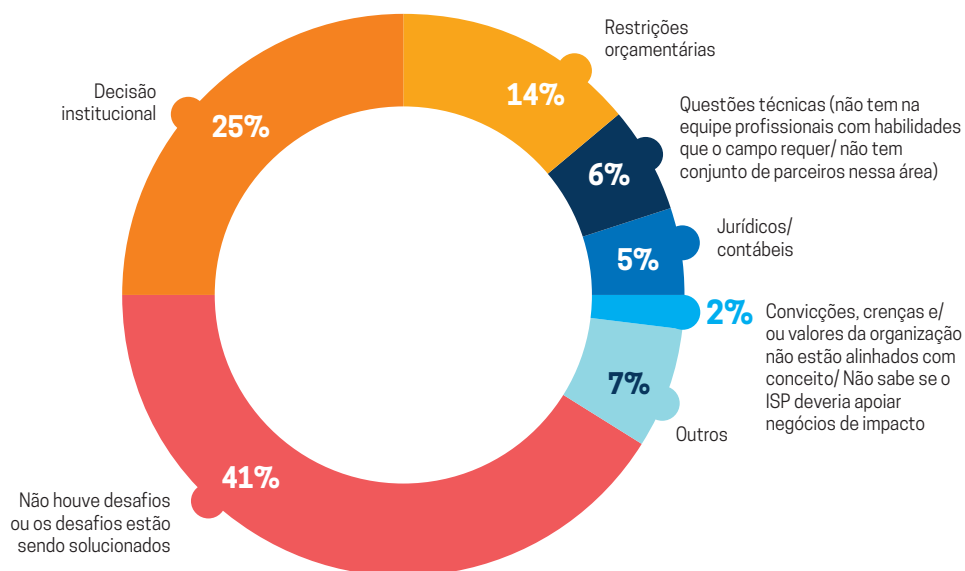


dos respondentes não enfrentam desafios para se engajar com negócios de impacto social



1 EM CADA 4 respondentes não se engaja no tema por **decisão institucional**

Gráfico 19: Organizações por principal desafio para atuar com o tema de negócios de impacto social







QUAIS OS FOCOS DE ATUAÇÃO DO INVESTIMENTO SOCIAL?

Este capítulo apresenta informações a respeito das características dos projetos ou programas apoiados e/ou executados por investidores sociais. Aborda análises sobre temas de atuação das organizações em seus projetos ou programas e busca compreender se foram executados diretamente ou por terceiros. Além disso, discorre sobre a quantidade de projetos ou programas que compõem a carteira das organizações, detalhando focos de atuação.

O Censo GIFE 2018 inovou em relação à

edições anteriores ao investigar além da abrangência territorial e área temática de atuação de cada um dos projetos ou programas, também o recorte de público de cada uma dessas iniciativas, buscando compreendê-las entre prioritárias e complementares, o que possibilitou uma análise multidimensional.

Adicionalmente, os respondentes foram solicitados a indicar os seus três projetos ou programas mais representativos em 2018, sobre os quais foi lançado um olhar mais direcionado e aprofundado. Nesses

casos, foram analisadas as estratégias adotadas, bem como o perfil de beneficiários.

Por fim, esta seção discute o alinhamento dos investidores sociais aos ODS e à Agenda 2030. Traz, portanto, elementos que permitem aferir as distintas perspectivas acerca da atuação do investimento social privado, propõe reflexões sobre sua conexão com os múltiplos desafios da agenda pública e verifica suas contribuições para a promoção do desenvolvimento mais justo, inclusivo e sustentável.



EDUCAÇÃO SEGUE COMO PRINCIPAL ÁREA DE ATUAÇÃO DOS INVESTIDORES SOCIAIS

Antes de perguntar diretamente sobre focos de atuação de projetos ou programas mencionados pelas organizações, o Censo GIFE 2018 pediu aos investidores sociais que indicassem em que áreas temáticas atuam e, em cada uma delas, apontassem se realizam projetos ou programas próprios e/ ou apoiam iniciativas de terceiros. Em uma perspectiva comparada, é interessante notar que a maior parte das organizações tende a realizar projetos ou programas próprios nas áreas de educação (61%), assistência, desen-

volvimento social e combate à pobreza e fome (24%), comunicação de causas (23%) e ciência e tecnologia (19%), enquanto, nas demais temáticas, prevalece o apoio a projetos ou programas de terceiros.

Ainda que esta edição tenha alterado a nomenclatura das áreas temáticas do Censo, utilizadas desde 2001, para atualizá-las frente às compreensões atuais das dinâmicas e desafios socioeconômicos, é possível perceber alguns padrões com edições anteriores da

pesquisa. Seguindo uma tendência histórica, educação continua sendo a principal área de atuação de investidores sociais, com 80% das menções. Mais da metade das organizações indicaram também as áreas de trabalho, empreendedorismo e geração de renda (66%), cultura e artes (56%), fortalecimento institucional de OSC (55%) e desenvolvimento local, territorial, comunitário e/ ou de base (54%), que também guardam correlação com as principais áreas temáticas de 2016.

Tabela 1: Organizações por áreas temáticas de atuação (independente de projetos ou programas indicados)

| 2016 | | 2018 | | | |
|--|--------------|--|--------------|--------------------------------------|--|
| Área temática | Atua na área | Área temática | Atua na área | Realiza projetos/ programas próprios | Apoia projetos/ programas de terceiros |
| Educação | 84% | Educação | 80% | 61% | 39% |
| Formação de jovens para o trabalho e cidadania | 60% | Trabalho, empreendedorismo e geração de renda | 66% | 38% | 40% |
| Geração de trabalho e renda | 46% | | | | |
| Cultura e artes | 51% | Cultura e artes | 56% | 31% | 32% |
| Apoio à gestão de OSC | 50% | Fortalecimento institucional de OSC | 55% | 34% | 36% |
| Desenvolvimento local, comunitário, de base | 48% | Desenvolvimento local, territorial, comunitário e/ou de base | 54% | 32% | 33% |
| Esporte e recreação | 45% | Esporte e lazer | 50% | 14% | 38% |
| Defesa de direitos | 43% | Defesa de direitos, cultura de paz e democracia | 49% | 27% | 31% |
| Meio ambiente | 47% | Ambiente urbano e sustentabilidade | 47% | 26% | 31% |
| | | Ambiente natural e sustentabilidade | 42% | 26% | 28% |
| Saúde | 37% | Saúde e bem-estar | 42% | 20% | 29% |
| Assistência social | 41% | Assistência e desenvolvimento social/ combate à pobreza e fome | 41% | 24% | 20% |
| Comunicação | 27% | Comunicação de causas | 36% | 23% | 20% |
| | | Fortalecimento institucional da gestão pública | 35% | 22% | 23% |
| | | Ciência e tecnologia | 30% | 19% | 16% |

■ Maior % de organizações que desenvolvem **projetos próprios**

■ Maior % de organizações que apoiam **projetos ou programas de terceiros**

Apesar de estar entre as últimas posições, comunicação aumentou 9 pontos percentuais em relação a 2016

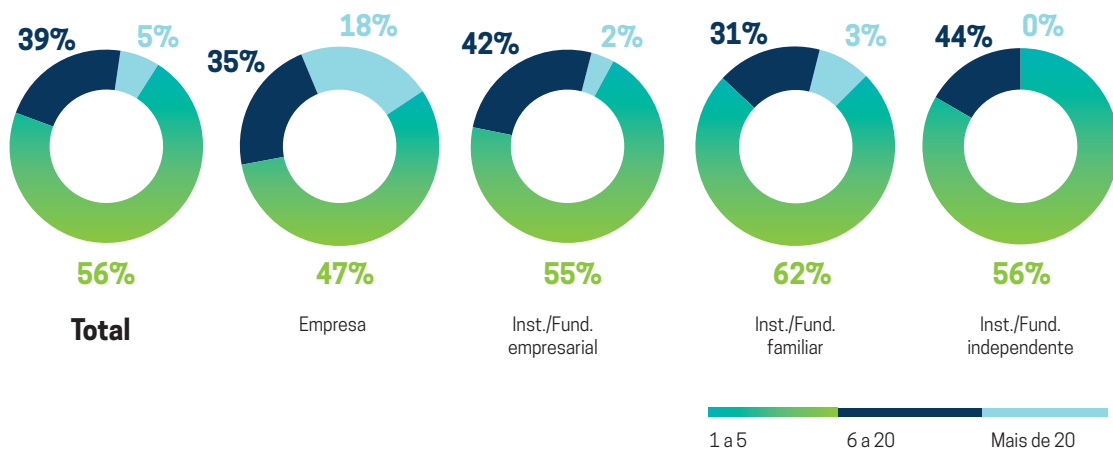
MAIORIA DAS ORGANIZAÇÕES CONCENTRA SEUS INVESTIMENTOS EM ATÉ CINCO PROJETOS OU PROGRAMAS

Ao listarem todos os seus projetos ou programas, as 133 organizações reportaram um total de 932 iniciativas, sendo que mais da metade (56%) dos respondentes apoia ou executa no máximo cinco projetos ou programas.

Apenas 5% dos investidores sociais afirmam contar com mais de 20 projetos ou programas em carteira, com destaque para empresas (18%), institutos e fundações familiares (7%) e institutos e fundações empresariais

(3%). Já a totalidade de institutos e fundações independentes tem, no máximo, 20 programas ou projetos, o que pode ser explicado por seu perfil mais executor e menos financiador.

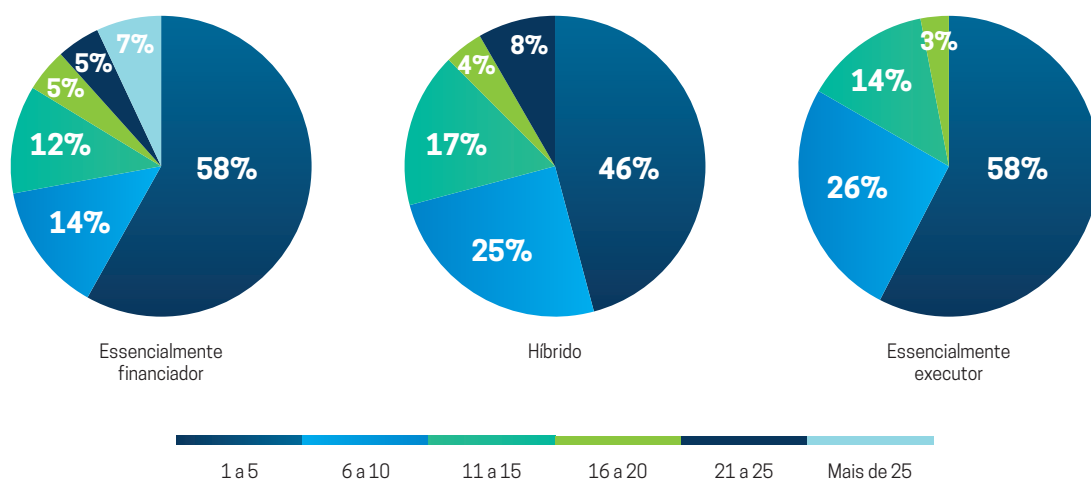
Gráfico 1: Organizações por quantidade de projetos ou programas e tipo de investidor



INVESTIDORES SOCIAIS DE PERFIL MAIS EXECUTOR TÊM CARTEIRA DE PROJETOS OU PROGRAMAS MENOR

Os dados sugerem uma correlação entre forma de atuação das organizações e quantidade de iniciativas executadas ou apoiadas. Dentre os associados com perfil essencialmente executor, não constam organizações envolvidas com mais de 20 projetos ou programas. Contudo, 7% das organizações com perfil essencialmente financiador apoiam ou executam mais de 25 projetos ou programas.

Gráfico 2: Organizações por quantidade de projetos ou programas e forma de atuação*



*Nota: Forma de atuação é uma classificação dos respondentes adotada pelo GIFE que busca delimitar perfis claros de investidores sociais quanto a possíveis estratégias de operação de programas ou projetos a partir da combinação de algumas perguntas. Os **essencialmente financiadores** são aqueles que atuam principalmente apoiando terceiros, seja institucionalmente, seja via projetos (destinando **mais de 90%** do volume total de investimento **para apoio**). Os **essencialmente executores** operam, principalmente, seus próprios projetos ou programas (destinando **mais de 90%** do volume total de investimento para **projetos próprios**). Já os **híbridos** tanto apoiam terceiros quanto operam seus próprios projetos.

Organizações podem ter múltiplos focos de atuação, que nem sempre se restringem a uma área temática. As organizações podem entender que seus projetos ou programas têm como objetivo principal não atuar em determinada questão temática, mas transformar territórios específicos e/ou impactar determinados recortes de público. ➔

→ Dessa forma, o Censo GIFE 2018 trouxe uma novidade ao permitir que as 133 organizações respondentes pudessem indicar o foco de seus 932 projetos ou programas em operação a partir de uma perspectiva tridimensional que considera a área temática, o perfil do público impactado e as características dos territórios onde as iniciativas são desenvolvidas.

Quadro 1: Abordagem tridimensional do foco dos projetos ou programas em operação



A partir desse modelo esquemático, os respondentes indicaram o foco prioritário e complementar de cada um dos seus projetos ou programas em operação, considerando que as organizações podem ter mais de um foco de atuação e que, assim, é necessário observar não só o que é prioritário, mas também com que outras agendas os projetos ou programas querem contribuir.

Quadro 2: Abordagem tridimensional do foco dos projetos ou programas em operação por foco prioritário ou complementar



A ÁREA TEMÁTICA É MAIS PRIORIZADA PELAS ORGANIZAÇÕES DO QUE O PERFIL DO PÚBLICO OU O TERRITÓRIO COMO FOCO DE ATUAÇÃO DOS PROJETOS OU PROGRAMAS


Considerando os focos de atuação prioritários e complementares dos 932 projetos ou programas em operação pelas 133 organizações:



100%

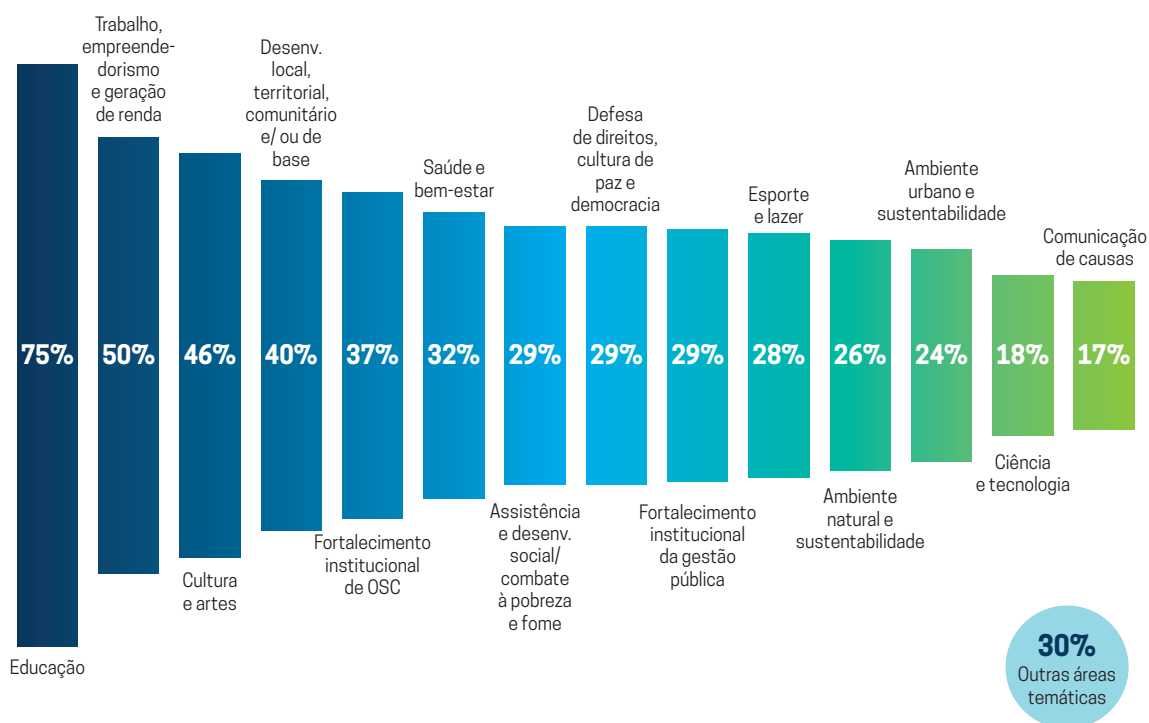
DOS RESPONDENTES MENCIONARAM UMA ÁREA TEMÁTICA ESPECÍFICA,

sendo o tema educação indicado pela maior parte (75%), enquanto comunicação de causas foi o tema com a menor parcela (17%) de menções. Em segundo lugar, aparece o tema trabalho, empreendedorismo e geração de renda, assinalado por 50% dos investidores sociais, seguido por cultura e artes, indicado por 46% das organizações. Chama a atenção que o fortalecimento institucional de OSC aparece apenas em quinto lugar, mencionado por 37% dos associados.



86% das organizações têm alguma área temática como **foco prioritário** de ao menos um de seus projetos ou programas

..|| **Gráfico 3:** Organizações por áreas temáticas específicas indicadas nos projetos ou programas



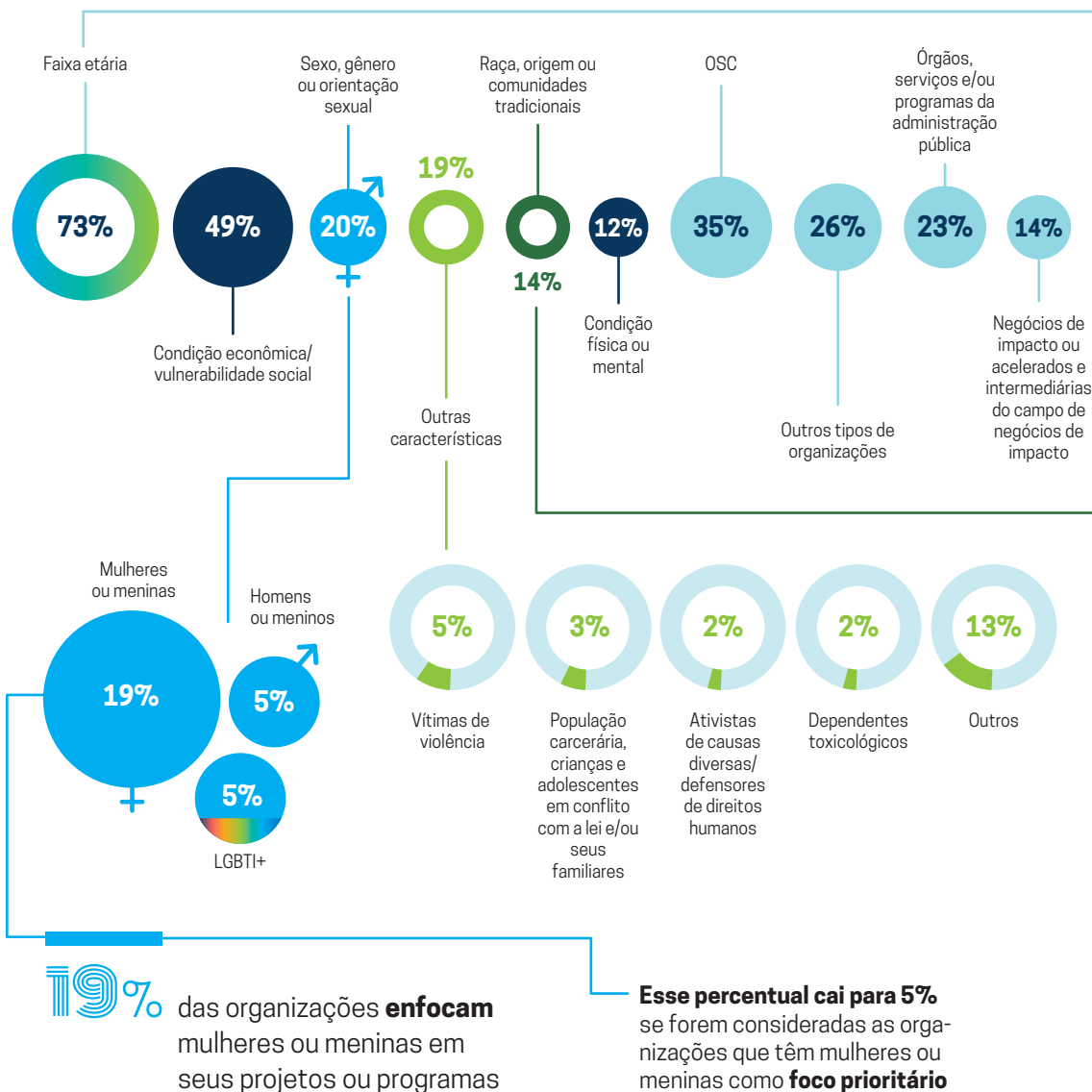
93%
DOS RESPONDENTES MENCIONARAM UM PERFIL DE PÚBLICO ESPECÍFICO,

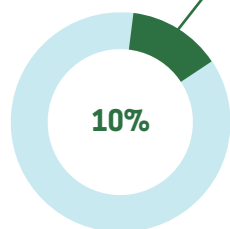
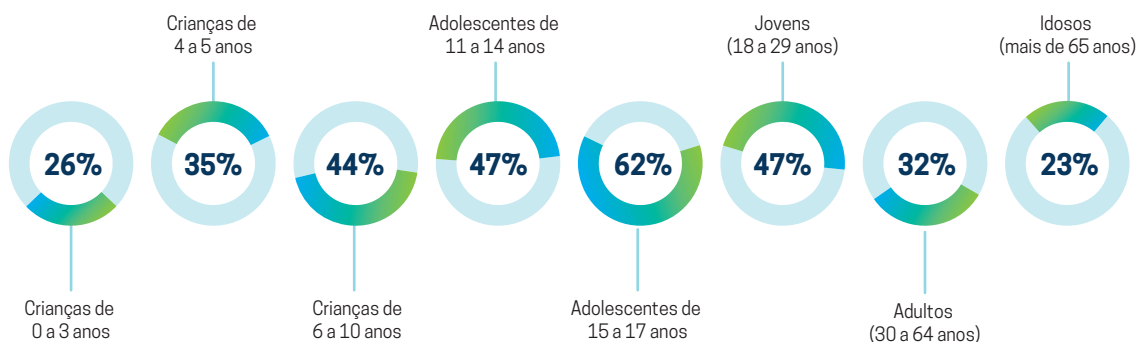
sendo que a maioria (73%) indica o recorte por faixa etária, enquanto metade (49%) considera parâmetros de vulnerabilidade social ou condição econômica. Apenas 20% dos investidores sociais leva em conta o recorte de gênero ou orientação sexual e outros 14% enfocam critérios raciais ou comunidades tradicionais em seus projetos ou programas. Em relação aos tipos de organizações que fazem parte do público dos projetos ou programas, 35% dos respondentes indicaram OSC em seus projetos ou programas, 23% disseram órgãos, serviços e/ou programas da administração pública e apenas 14%, negócios de impacto.

50% das organizações têm algum perfil de público como **foco prioritário** de ao menos um de seus projetos ou programas

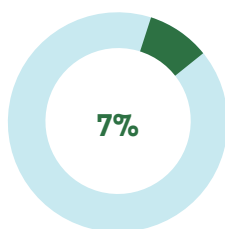
PROMOÇÃO DE IGUALDADE DE GÊNERO E RAÇA AINDA NÃO FIGURA COMO FOCO DE PROJETOS OU PROGRAMAS

Gráfico 4: Organizações por perfil de público específico indicado nos projetos ou programas

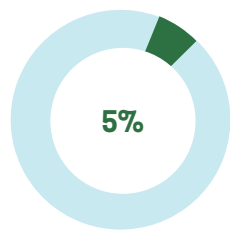




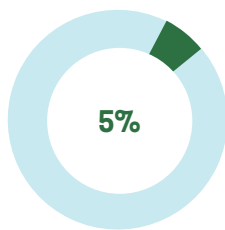
Negros/ afrodescendentes



Imigrantes/ refugiados



Indígenas



Quilombolas

10%

das organizações **enfocam** a população negra em seus projetos ou programas e 5% enfocam as comunidades indígenas e quilombolas, que ficam atrás de imigrantes e refugiados, priorizados pelos projetos ou programas de 7% dos respondentes

Esse percentual cai para 2% se forem consideradas as organizações que têm como **foco prioritário** a população negra

81%

dos respondentes não têm projetos ou programas com foco em **mulheres**

86%

dos respondentes não têm projetos ou programas com foco em **raça**

95%

dos respondentes não têm projetos ou programas com foco na **população LGBTI+**



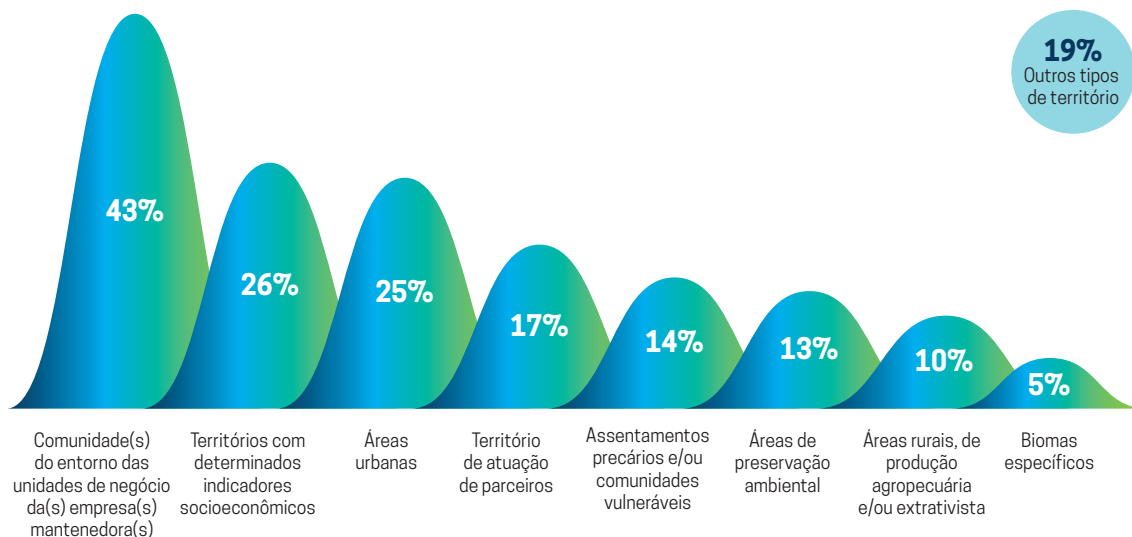
83%

DOS RESPONDENTES MENCIONARAM UM TIPO DE TERRITÓRIO ESPECÍFICO,

sendo que quase metade (43%) indicou comunidades do entorno das unidades de negócio da empresa mantenedora. Territórios com determinados indicadores socioeconômicos aparecem em segundo lugar, tendo sido mencionados por 26% dos respondentes.

34% das organizações têm algum tipo de território como **foco prioritário** de ao menos um de seus projetos ou programas

Gráfico 5: Organizações por territórios específicos indicados nos projetos ou programas

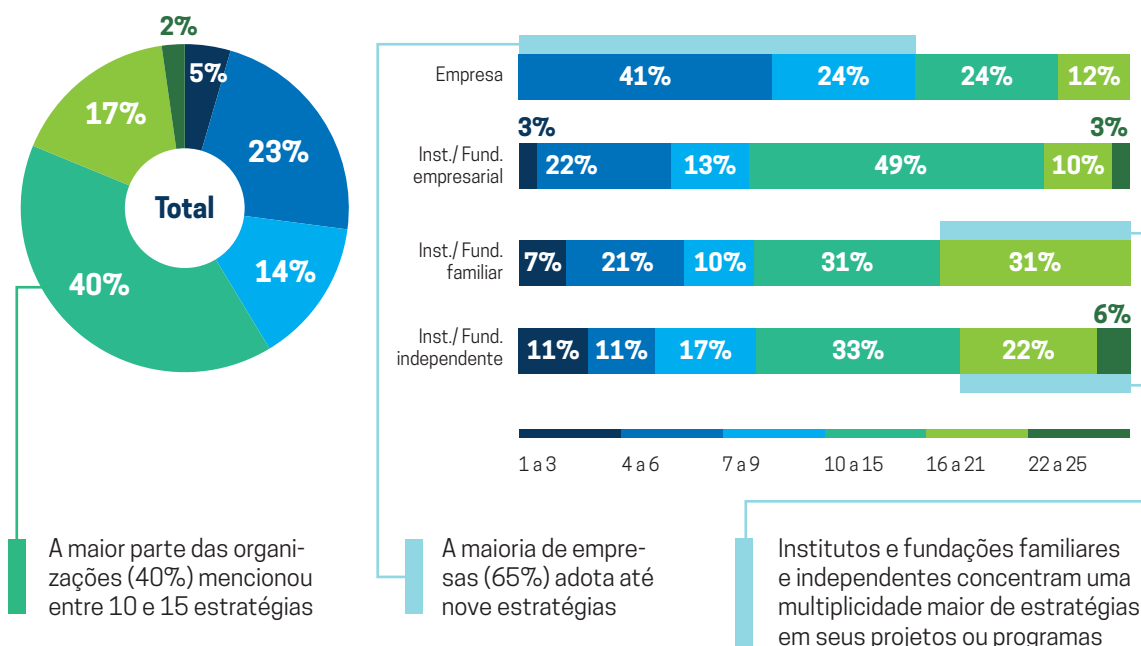


Além de compartilhar informações sobre os focos de todos os seus projetos ou programas em operação, os respondentes também indicaram até três projetos ou programas mais representativos de sua atuação em 2018, compondo outro universo de 369 projetos ou programas, sobre o qual foi possível aprofundar as análises.

EMPRESAS ADOTAM UMA QUANTIDADE MENOR DE ESTRATÉGIAS EM SEUS PROJETOS OU PROGRAMAS MAIS REPRESENTATIVOS EM COMPARAÇÃO COM INSTITUTOS E FUNDAÇÕES FAMILIARES E INDEPENDENTES

Investidores sociais adotam uma diversidade de estratégias para o conjunto de seus projetos ou programas. Quando perguntados sobre estratégias aplicadas em seus projetos ou programas mais representativos, 40% das organizações apontaram de 10 a 15 estratégias diferentes.

Gráfico 6: Organizações por quantidade de estratégias adotadas nos projetos ou programas mais representativos por tipo de investidor*

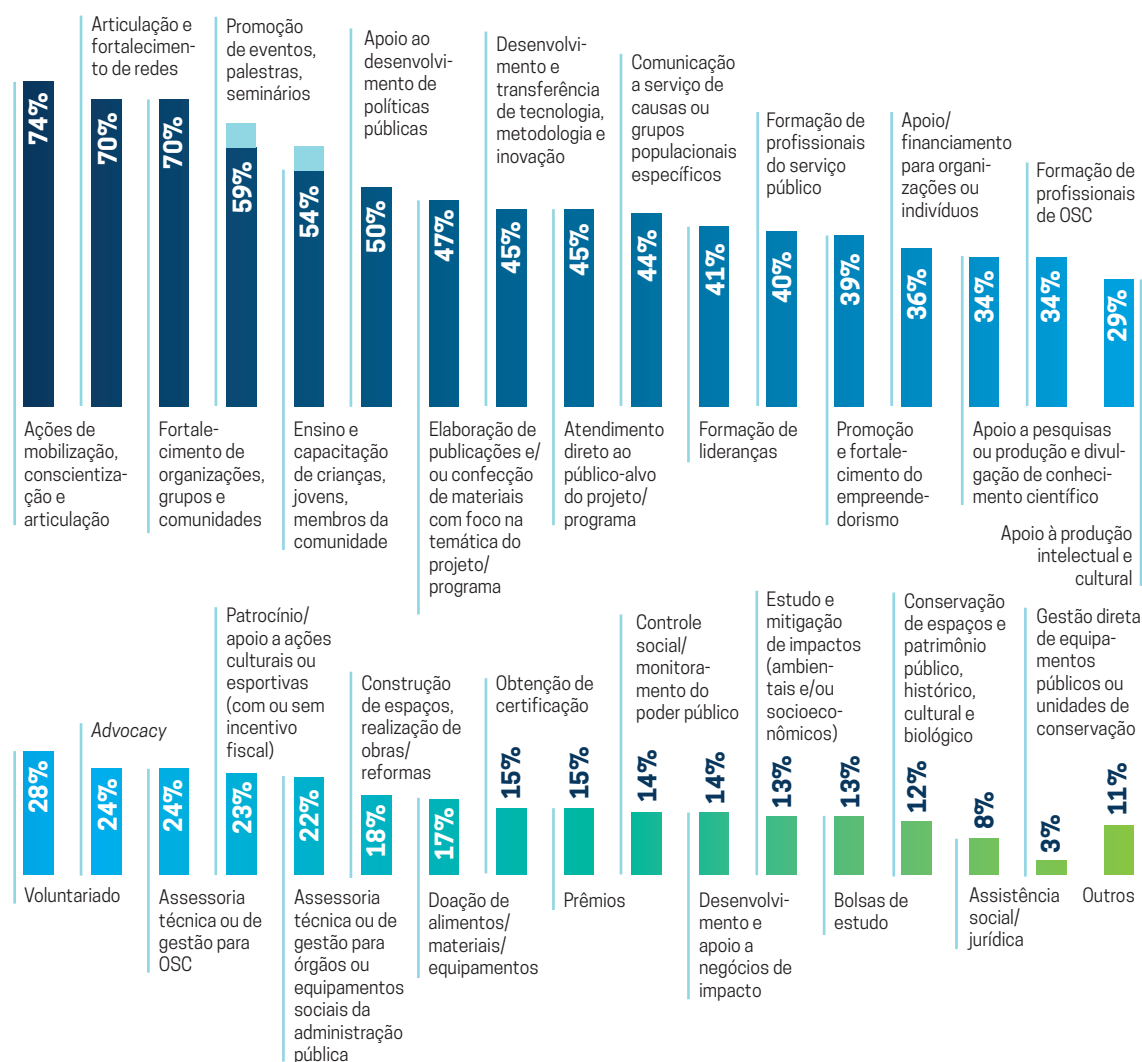


*Nota: Os respondentes podiam indicar até 25 estratégias por projeto a partir de uma listagem preestabelecida com 34 estratégias.

ESTRATÉGIAS DE ARTICULAÇÃO E FORMAÇÃO SÃO AS MAIS ADOTADAS PELOS INVESTIDORES SOCIAIS

Dentre as estratégias adotadas pelas organizações para projetos ou programas mais representativos, são priorizadas ações de mobilização, conscientização e/ou articulação (74%), de fortalecimento de redes (70%) e de fortalecimento de organizações, grupos e comunidades (70%), de desenvolvimento e transferência de tecnologia, metodologia e inovação (45%), de comunicação a serviço de causas ou grupos populacionais específicos (44%), de formação de profissionais do serviço público (40%), de apoio/financiamento para organizações ou indivíduos (36%), de apoio à pesquisas ou produção e divulgação de conhecimento científico (34%) e de formação de profissionais de OSC (29%).

Gráfico 7: Organizações por tipos de estratégias adotadas para projetos ou programas mais representativos



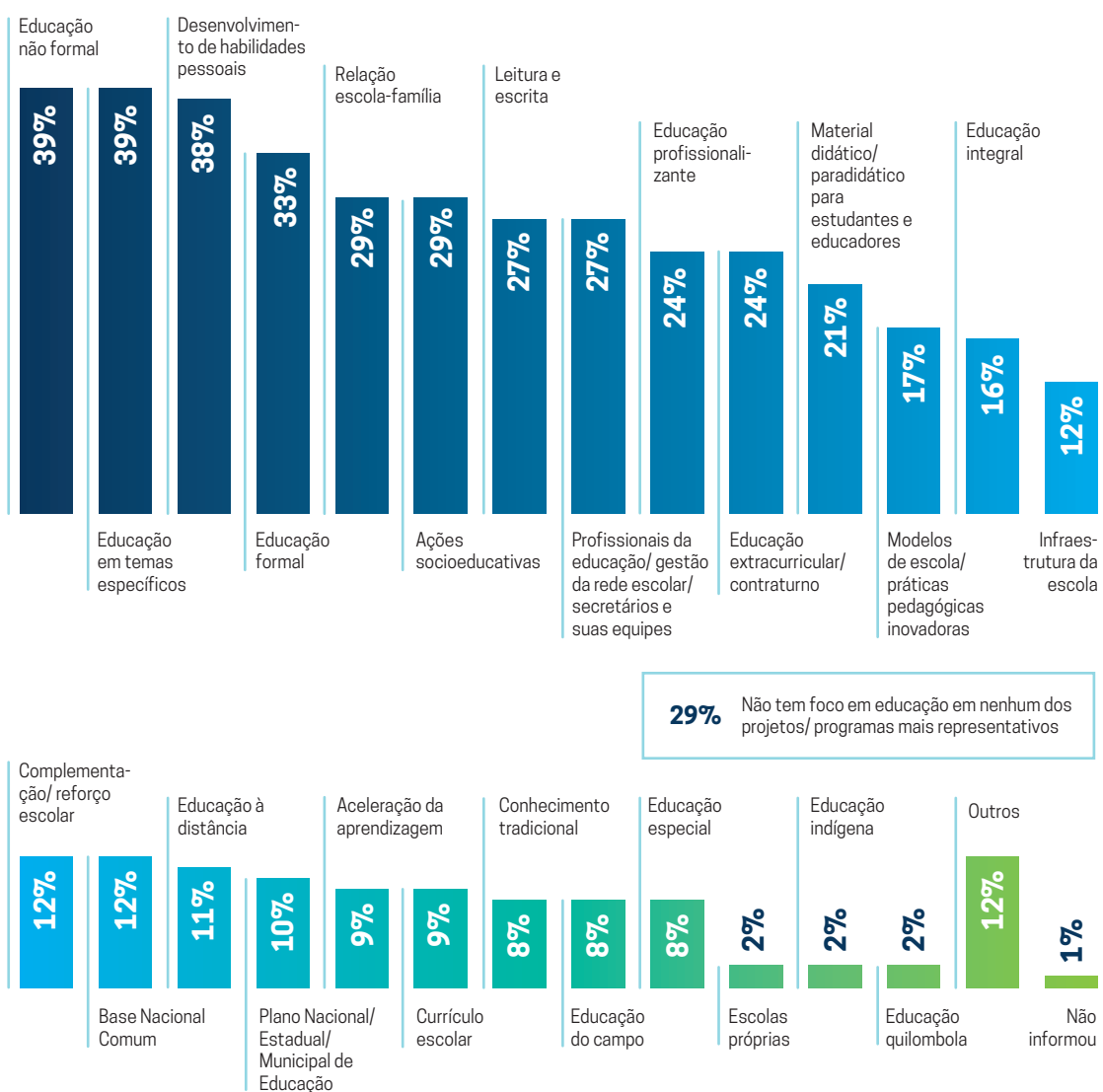
Estratégias relacionadas mais diretamente ao campo de educação e formação também recebem destaque

O Censo também buscou aprofundar as análises a respeito de algumas áreas de atuação específicas, explorando como os investidores sociais nelas operam.

Quanto à área de educação, enquanto a maior parte dos respondentes (39%) mencionou as subáreas de educação não formal e de educação em temas específicos como as mais frequen-

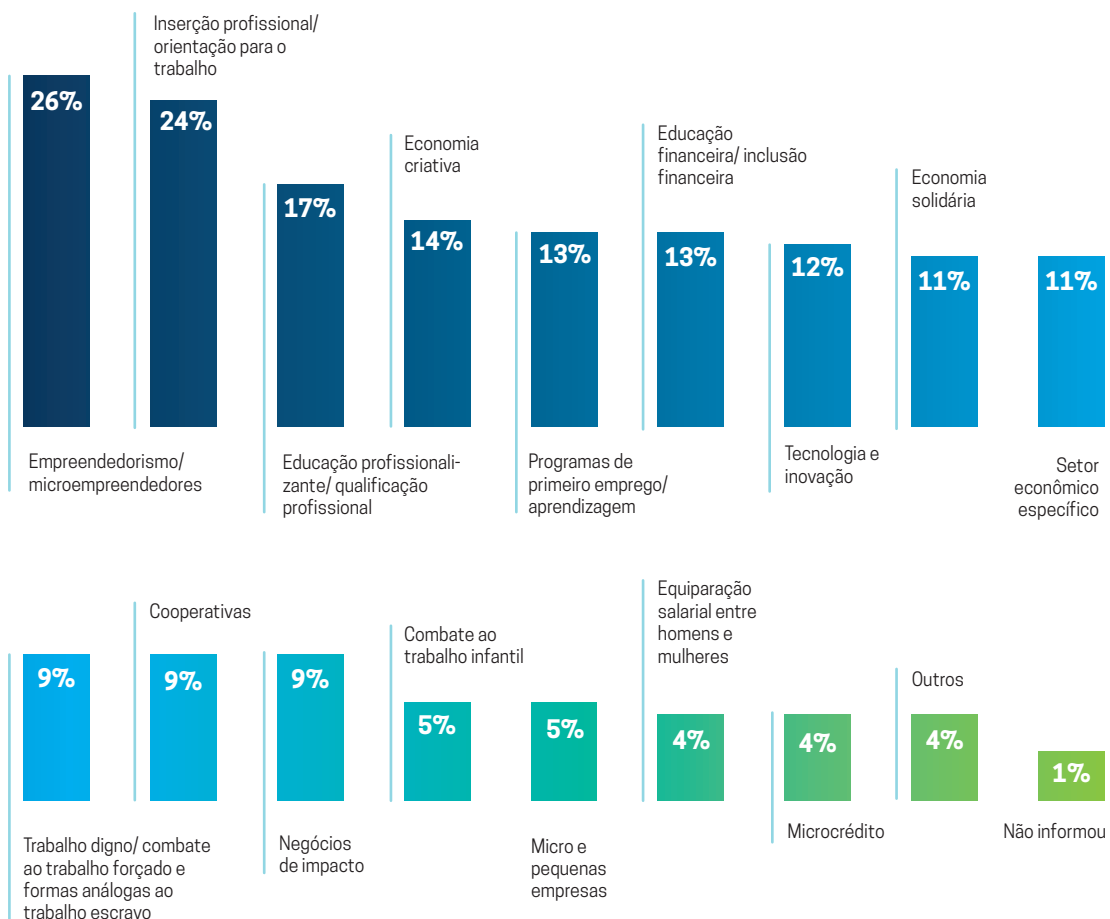
tes em seus projetos ou programas mais representativos, a menor parte dos investidores sociais (2%) indicou escolas próprias, bem como a educação indígena e quilombola.

Gráfico 8: Organizações por subáreas dos projetos ou programas mais representativas relacionadas à educação



Em relação ao trabalho e à geração de renda, enquanto a maior parte dos respondentes (26%) mencionou o empreendedorismo como tema mais frequente em seus projetos ou programas mais representativos, a menor parte dos investidores sociais (4%) indicou o microcrédito e a equiparação salarial entre homens e mulheres.

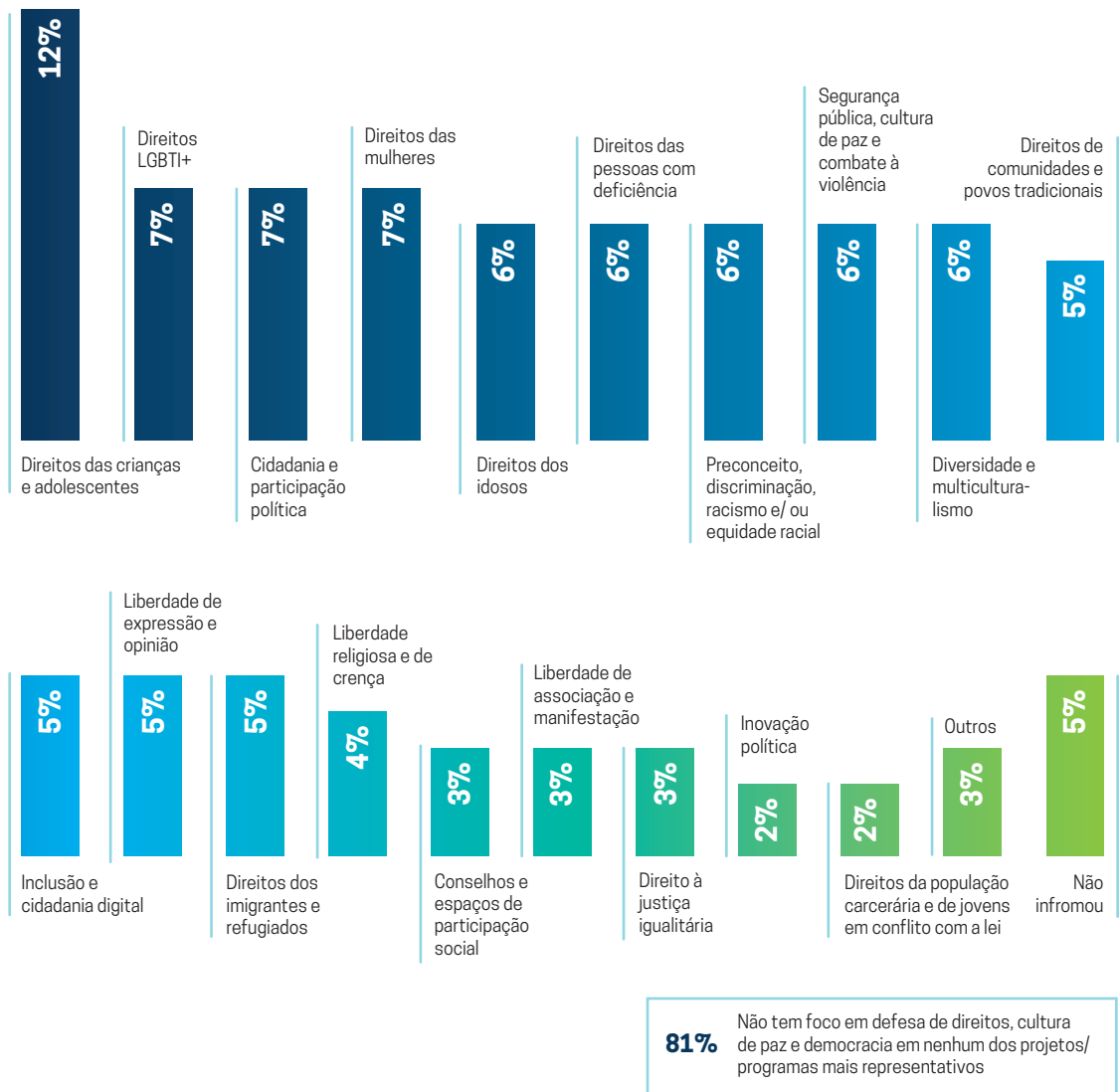
Gráfico 9: Organizações por subáreas dos projetos ou programas mais representativas relacionadas ao trabalho, empreendedorismo e geração de renda



59% Não tem foco em trabalho, empreendedorismo e geração de renda em nenhum dos projetos/programas mais representativos

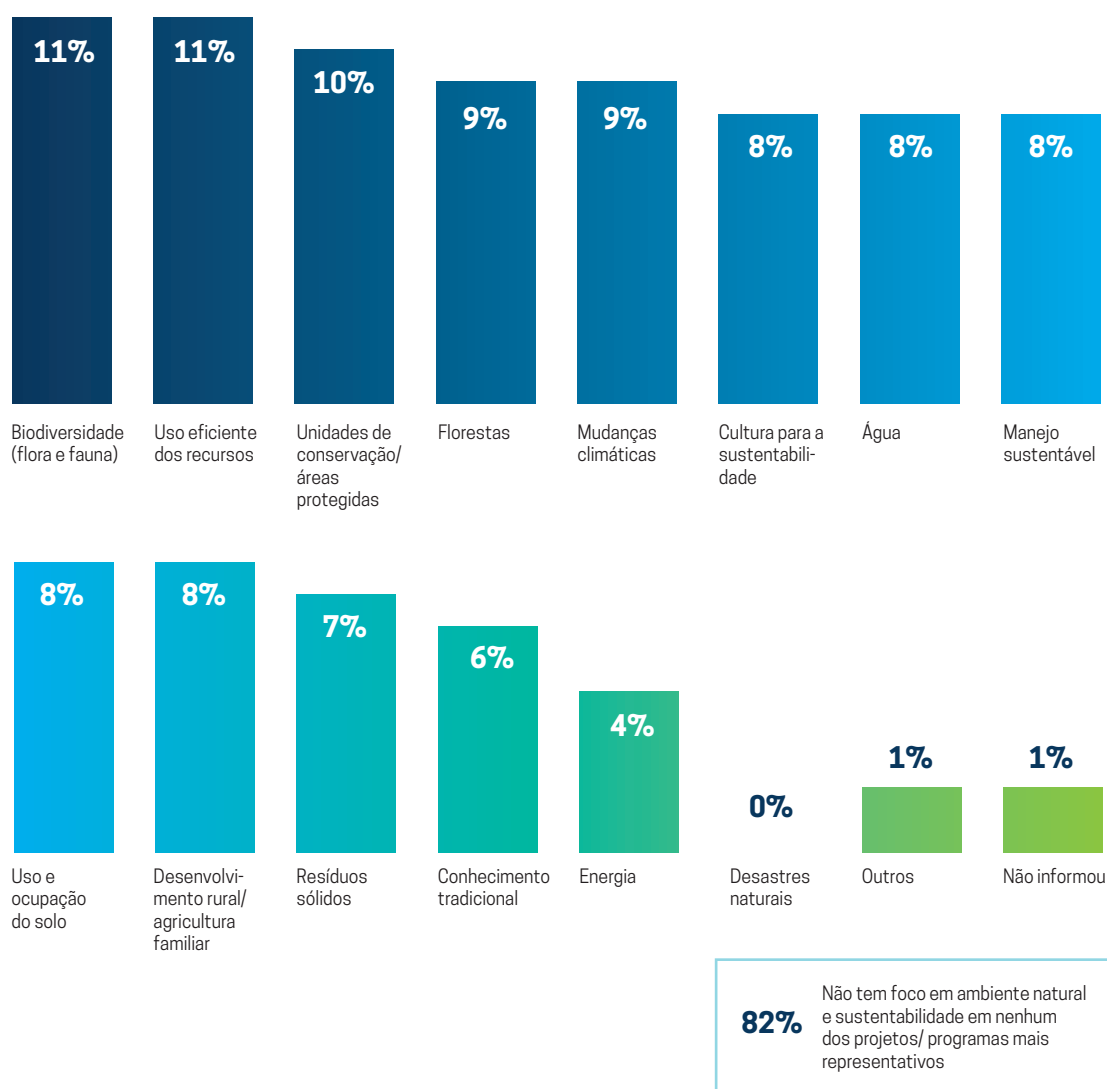
Dentre as subáreas relacionadas à defesa de direitos, cultura de paz e democracia, enquanto a maior parte dos respondentes (12%) mencionou o direito das crianças e adolescentes como tema mais frequente em seus projetos ou programas mais representativos, a menor parte dos investidores sociais (2%) indicou a inovação política e os direitos da população carcerária e de jovens em conflito com a lei.

Gráfico 10: Organizações por subáreas dos projetos ou programas mais representativos relacionadas à defesa de direitos, cultura de paz e democracia



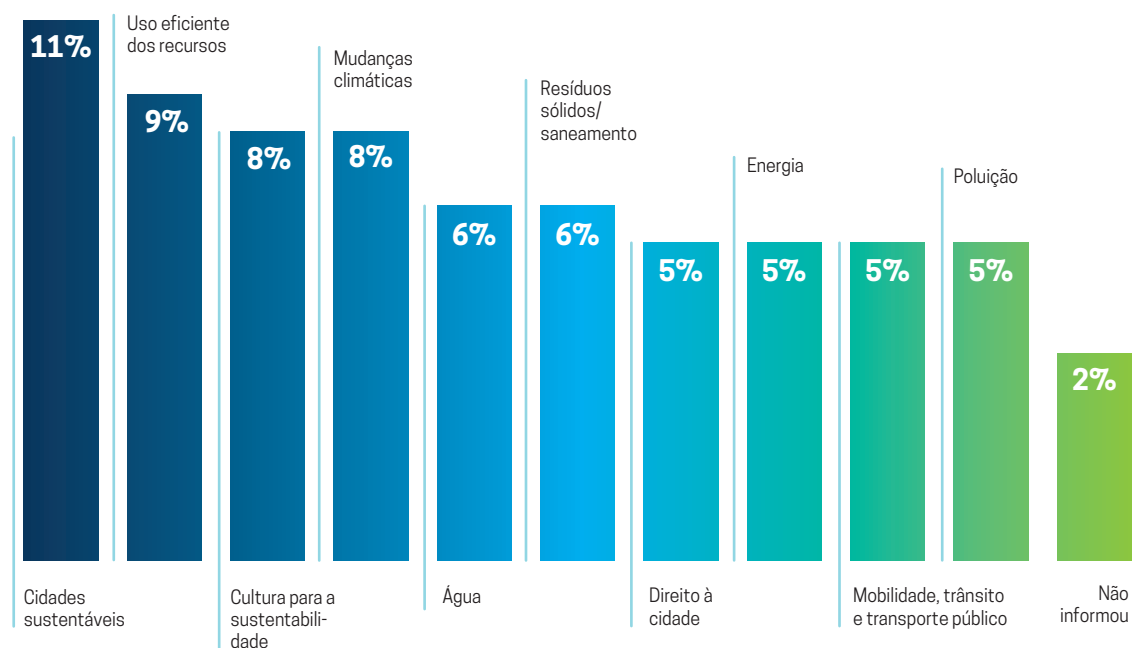
Para subáreas relacionadas ao ambiente natural e à sustentabilidade, enquanto a maior parte dos respondentes (11%) mencionou a biodiversidade e o uso eficiente de recursos como temas mais frequentes em seus projetos ou programas mais representativos, a menor parte dos investidores sociais (4%) destacou o tema da energia. Vale destacar que nenhuma organização indicou a pauta de desastres naturais.

Gráfico 11: Organizações por subáreas dos projetos ou programas mais representativos relacionadas ao ambiente natural e à sustentabilidade



Dentre as subáreas relacionadas ao ambiente urbano e à sustentabilidade, enquanto a maior parte dos respondentes (11%) mencionou o tema de cidades sustentáveis como mais frequente em seus projetos ou programas mais representativos, a menor parte dos investidores sociais (5%) destacou os temas de direito à cidade, energia, mobilidade urbana, trânsito e transporte público e poluição.

Gráfico 12: Organizações por subáreas dos projetos ou programas mais representativos relacionadas ao ambiente urbano e à sustentabilidade



88% Não tem foco em ambiente urbano e sustentabilidade em nenhum dos projetos/ programas mais representativos



ABRANGÊNCIA TERRITORIAL

ESTADOS DO SUDESTE CONCENTRAM A MAIORIA DOS PROJETOS OU PROGRAMAS DOS INVESTIDORES SOCIAIS

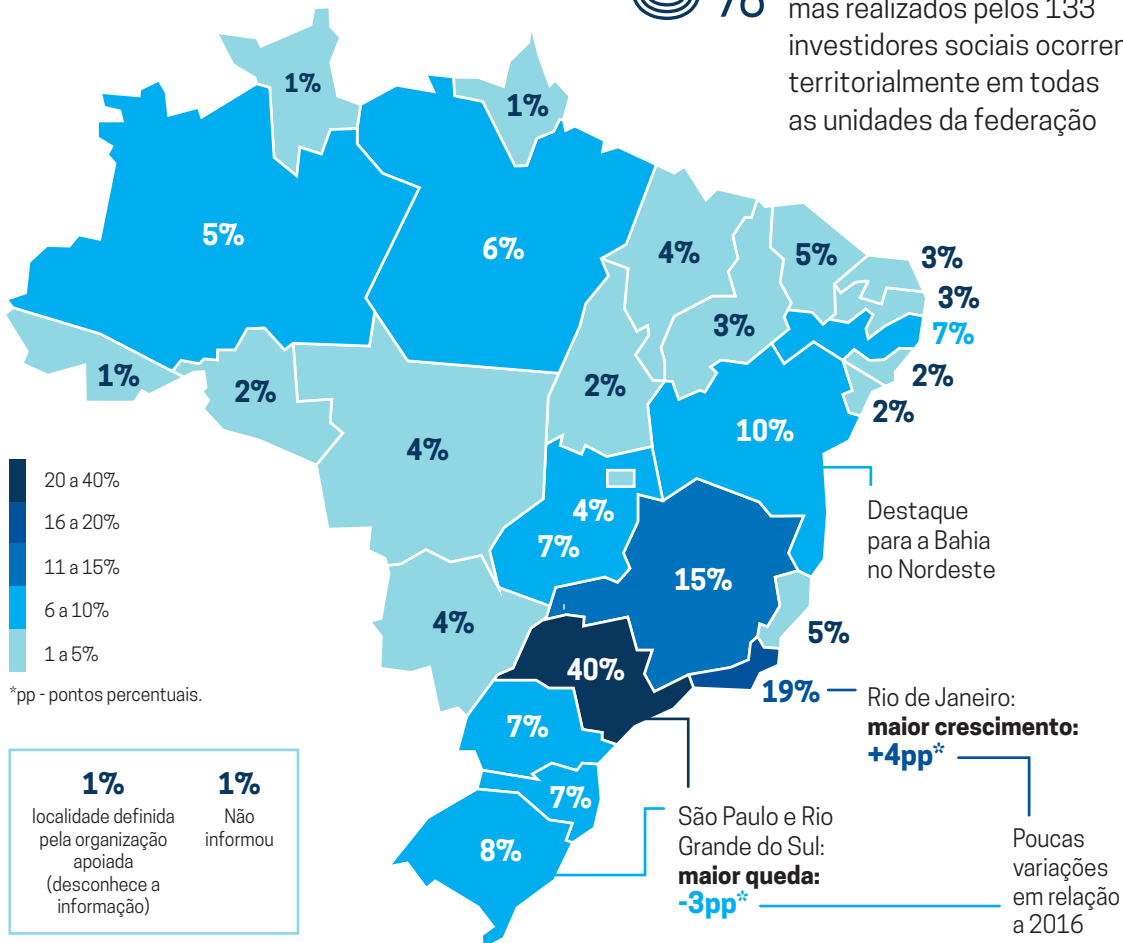
22%

de 932 projetos ou programas realizados pelos 133 investidores sociais são desenvolvidos sem localidade geográfica definida, já que incluem ações que podem atingir todo o país, tais como publicações, campanhas ou iniciativas de *advocacy*

Mapa 1: Projetos ou programas por abrangência territorial

6%

de 932 projetos ou programas realizados pelos 133 investidores sociais ocorrem territorialmente em todas as unidades da federação





TIPOS DE BENEFICIÁRIOS

Além de analisar públicos específicos que são foco de projetos ou programas – os impactados por atividades ainda que não sejam o alvo delas –, o Censo explorou também beneficiários de projetos ou programas com os quais as organizações lidam diretamente. Ou seja, públicos que se configuram como alvo de intervenções de projetos ou programas.

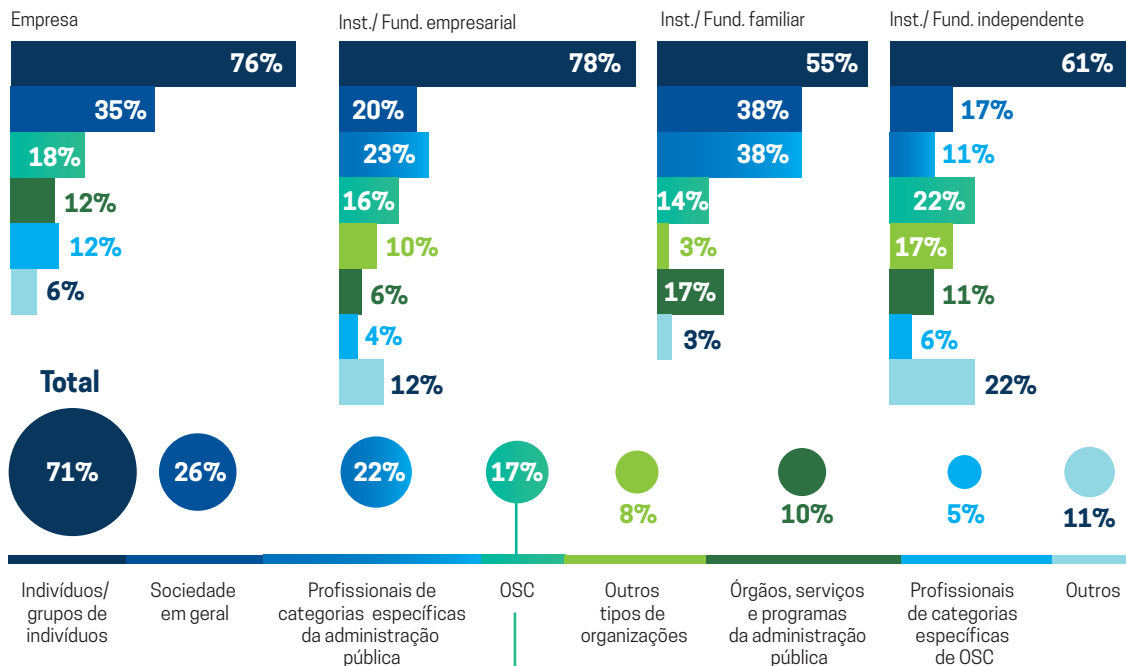
Enquanto 71% das organizações mencionaram indivíduos

ou grupos de indivíduos como beneficiários de seus 369 projetos ou programas mais representativos, 26% delas indicaram a sociedade em geral. Outros 22% assinalaram profissionais de categorias específicas e 17% destacaram OSC. Apenas 10% dos respondentes indicaram órgãos, serviços e programas da administração pública, com destaque para institutos e fundações familiares (17%), seguidos de empresas (12%) e insti-

tutos e fundações independentes (11%).

Dentre os diferentes tipos de investidores, institutos e fundações independentes são os que mais direcionam seus projetos ou programas mais representativos para OSC (22%), seguidos de empresas (18%), institutos e fundações empresariais (16%) e institutos e fundações familiares (14%).

Gráfico 13: Organizações por beneficiários dos projetos ou programas mais representativos e tipo de investidor



em relação ao Censo 2016, quando OSC eram o segundo principal tipo de beneficiário

*pp - pontos percentuais.



O QUE SÃO OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL?

Os ODS são uma agenda mundial, adotada durante a Cúpula das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável em setembro de 2015, composta por 17 objetivos e 169 metas a serem atingidas até 2030.

Na agenda estão previstas ações mundiais nas áreas de erradicação da pobreza, segurança alimentar, agricultura, saúde, educação, igualdade de gênero, redução das desigualdades, energia, água e saneamento, padrões sustentáveis de produção e consumo, clima, cidades sustentáveis, proteção e uso sustentável dos oceanos e dos ecossistemas terrestres, crescimento econômico inclusivo, infraestrutura e industrialização, entre outros.

Os ODS foram construídos em um processo de negociação mundial, que teve início em 2013, e contou com a participação do Brasil nas discussões e definições a respeito de sua agenda, tendo o país se posicionado de forma firme a favor de contemplar a erradicação da pobreza como prioridade entre as iniciativas voltadas ao desenvolvimento sustentável.

Fonte: ESTRATÉGIA ODS. **O que são os ODS?** 2019. Disponível em: <www.estrategiaods.org.br/o-que-sao-os-ods>. Acesso em: out. 2019.



INSTITUTOS E FUNDAÇÕES INDEPENDENTES SÃO OS QUE MAIS INCORPORAM OS ODS EM SUAS ESTRATÉGIAS

O Censo GIFE 2018 perguntou se as organizações consideram os ODS como referência para a definição de estratégias de atuação e mais da metade das organizações (55%) responderam positivamente. Contudo, esse comportamento varia significativamente entre diferentes tipos de investidores sociais. Enquanto 72%

de institutos e fundações independentes consideram os ODS como referência para suas estratégias, apenas 34% de institutos e fundações familiares afirmam o mesmo. É importante destacar que apenas 1% dos respondentes não tem familiaridade com os ODS, o que indica que essa é uma agenda bastante difundida entre investidores sociais.

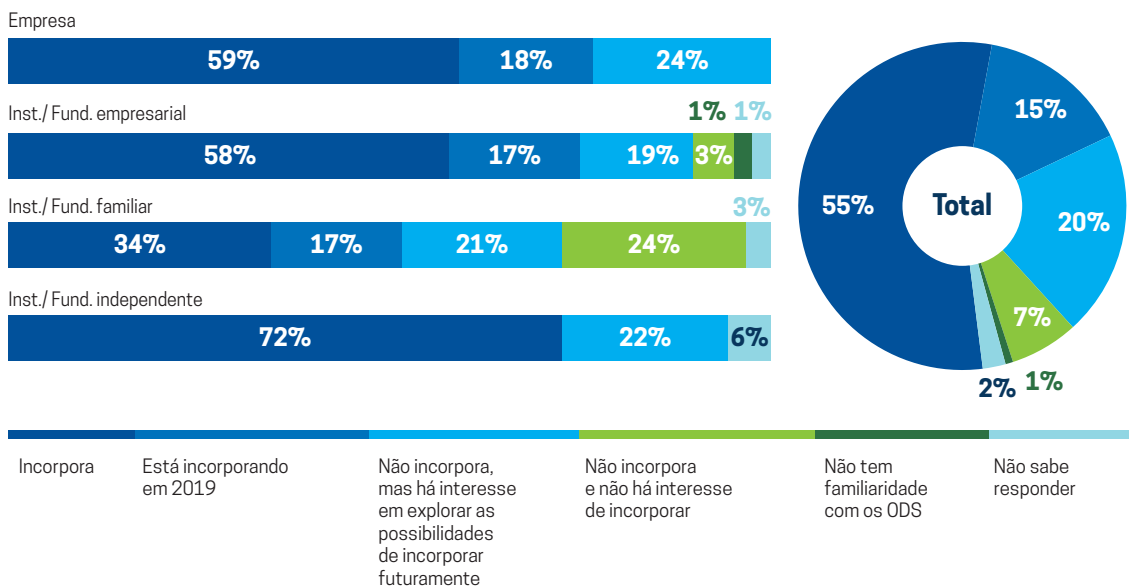
30%

das organizações **não incorporam a perspectiva dos ODS** em suas estratégias de atuação, mas, entre elas...

20%

indicam que há interesse em explorar as possibilidades de fazê-lo.

Gráfico 14: Organizações por incorporação dos ODS em sua estratégia de atuação e tipo de investidor



Os **ODS mais incorporados** pelas organizações em seus projetos ou programas são:



Educação de qualidade



Trabalho decente e crescimento econômico



Redução das desigualdades

Os **ODS menos incorporados** pelas organizações em seus projetos ou programas são:



Energia limpa e acessível

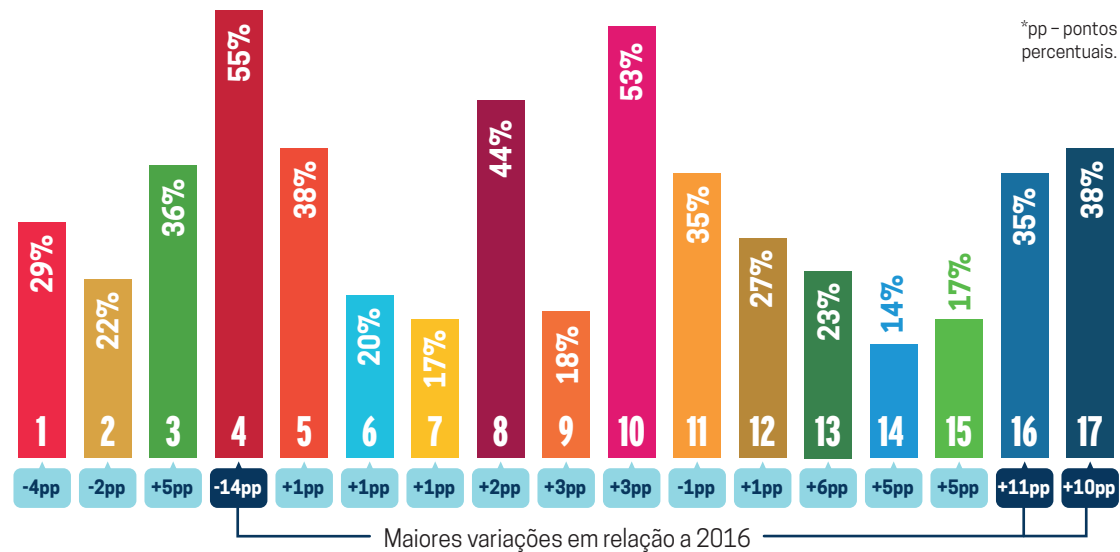


Vida na água



Vida terrestre

Gráfico 15: Organizações por ODS relacionados com a atuação da organização



Maiores variações em relação a 2016









COLETA E PROCESSAMENTO DOS DADOS

O Censo GIFE é uma pesquisa bienal, quantitativa, autodeclaratória e voluntária, respondida pelos associados GIFE e coletada por meio de questionário *on-line*. Realizada desde 2001, a pesquisa está em sua 9ª edição e teve os dados coletados em 2019, fazendo referência a 2018.

Como o grupo de associados GIFE varia periodicamente e, ainda que todos os associados sejam convidados a responder ao Censo, nem todos participam, o universo de respondentes da pesquisa varia a cada edição. Este ano, o Censo alcançou a participação de 84% da base associativa total no período de coleta (159 associados), o que representa 133 respondentes, 17 a mais do que no Censo GIFE 2016. Os dados foram colhidos por meio de questionário *on-line* entre maio e junho de 2019. Todos os dados, a não ser quando indicado explicitamente, referem-se a 2018.

O questionário do Censo GIFE 2018 foi estruturado em sete blocos temáticos, que abordaram: 1. Dados gerais da organização; 2. Governança e gestão; 3. Recursos financeiros; 4. Estratégias de atuação; 5. Projetos e programas; 6. Monitoramento e avaliação; 7. Comunicação. Também havia um último bloco para checagem de dados e coleta de percepções dos respondentes sobre a pesquisa.

Nesta edição, houve um esforço para aprofundar ainda mais o conhecimento sobre projetos e programas das organizações respondentes, ampliando o entendimento sobre os focos de atuação. Para tanto, as organizações puderam informar os focos prioritários e complementares de todos os seus projetos e programas, indicando como se estruturavam e quais suas principais contribuições considerando três dimensões:

- ▶ área temática (educação, saúde e bem-estar, cultura e artes etc.);

- ▶ público com características específicas, profissionais, organizações etc.);
- ▶ tipo de território (áreas de conservação ambiental, biomas específicos, comunidades vulneráveis, entorno dos negócios etc.).

Além disso, novos temas foram incluídos na pesquisa, como inovação, gestão de riscos e gerenciamento de crise, atuação em rede, influência do ambiente de atuação nas estratégias das organizações, bem como temas regulares passaram por aprimoramento, com destaque para comunicação, avaliação e relação com OSC.

A preocupação em dialogar com diferentes perfis de investidores sociais, já presente na pesquisa anterior, manteve-se nesta edição a partir da revisão e utilização de cinco tipos diferentes de questionários, adaptados para cada tipo de investidor. Nos questionários, a abordagem das questões foi ajustada, permitindo a adequação de cada pergunta às características →



→ específicas daquele tipo de respondente. Além disso, não foram incluídas perguntas inapropriadas à realidade dos diferentes perfis de investidor.

Os cinco tipos de investidores foram assim definidos:

- ▶ empresas;
- ▶ institutos e fundações empresariais;
- ▶ institutos e fundações familiares sem vínculos com a(s) empresa(s) da família mantenedora;
- ▶ institutos e fundações familiares com vínculos com a(s) empresa(s) da família mantenedora;
- ▶ institutos e fundações independentes.

Os questionários para cada tipo de investidor foram elaborados de modo a permitir a consolidação das respostas em uma base de dados única, possibilitando o tratamento unificado das informações e comparação entre diferentes tipos de investidores. Para fins de análise, os resultados dos investidores familiares com e sem vínculos com a(s) empresa(s) da família mantenedora foram agregados. Além disso, as perguntas do questionário eram, em grande parte, obrigatórias, o

que impossibilitou que organizações não respondessem a questões relevantes e ampliou a base de respostas das perguntas individualmente, contribuindo para a melhoria da qualidade dos dados e facilitando análises e comparações.

Foi realizada análise de consistência das respostas e, quando necessário, os respondentes foram procurados para confirmar as opções escolhidas ou alterá-las, se fosse o caso, garantindo a coerência necessária. Como parte do processamento dos dados, também foram realizados cruzamentos entre algumas questões, buscando produzir uma visão integrada, o que permitiu a análise dos resultados para além dos blocos temáticos do questionário.

LEITURA DOS DADOS

Esta edição do Censo GIFE foi produzida para ser mais concisa e dinâmica que as anteriores, dando mais foco à apresentação dos dados e facilitando o acesso e a compreensão das informações pelos leitores. Por essa razão, notas e parâmetros técnicos de auxílio à leitura das tabelas, quadros e gráficos apresentados ao

longo da publicação estão contidas neste item.

Tipos de gráficos

Os gráficos em barras ou colunas foram usados, prioritariamente, para representar dados independentes, ou seja, sem correlação entre si, em que mais de uma alternativa poderia ser selecionada pelas organizações.

Os gráficos em pizza ou barras empilhadas, ao contrário, foram utilizados para mostrar como um todo é dividido em partes, estabelecendo relação de proporcionalidade entre os valores, e correspondem a perguntas em que as organizações poderiam escolher somente uma alternativa. A mesma lógica se aplica aos demais gráficos circulares/ esféricos.

Os gráficos de linha demonstram o comportamento e as transformações de um determinado dado no período analisado, apresentando evoluções de valores e facilitando a comparação histórica de informações. Além das linhas, os gráficos de barra também foram utilizados nesta publicação para realizar comparações entre anos da pesquisa em questões com muitas alternativas a serem comparadas.

Ao longo da publicação, outras representações gráficas que se assemelham às apresentadas aqui, foram usadas, cada qual com uma lógica específica para o tipo de dado ilustrado.



Notas gerais

Questões com respostas únicas foram representadas prioritariamente por gráficos em barras empilhadas e em pizza, enquanto gráficos de barras ou coluna e as demais representações gráficas foram utilizadas para exemplificar questões com respostas múltiplas.

As questões com respostas únicas podem ser identificadas a partir da soma dos valores, que são muito próximos a 100% (acima ou abaixo), considerando que sofreram arredondamentos, enquanto as respostas múltiplas apresentam soma de valores consideravelmente acima de 100% nos diversos tipos de gráficos.

Os gráficos estão ilustrados nas proporções corretas, porém nem sempre representam a escala de 100%.

Algumas abreviações foram utilizadas em gráficos:

- ▶ N/A - não se aplica;
- ▶ N/I - não informou;
- ▶ N/S - não soube responder;
- ▶ pp - pontos percentuais.

Quando determinada questão não se aplica a determinado tipo de investidor social, essa informação foi apontada no gráfico ou tabela, porém alguns pontos merecem destaque:

- ▶ todas as menções realizadas a empresas res-

pondentes do Censo GIFE 2018 se referem à área que coordena o investimento social da organização;

- ▶ para institutos e fundações familiares, todas as menções aos recursos da(s) empresa(s) mantenedora(s) devem ser entendidas como referentes a recursos da(s) empresa(s) da família mantenedora da organização. Os institutos e fundações sem relação com a(s) empresa(s) da família mantenedora não responderam a uma série de perguntas relacionadas a empresas da família mantenedora;

- ▶ questões relacionadas a empresas mantedoras foram, em geral, adaptadas ao conjunto dos mantenedores no caso de institutos e fundações independentes; ainda assim, esse tipo de investidor não respondeu a uma série de perguntas relacionadas especificamente ao mantenedor empresarial.

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

Além desta publicação, composta pela análise geral dos resultados, os dados da pesquisa originam, ainda, outros produtos, detalhados a seguir.

Plataforma de dados: a partir desta edição, o Censo tem uma plataforma *on-line* que permite acesso não só às leituras de dados contidas nesta publicação, em formato digital, mas também aos resultados das perguntas originais do Censo, permitindo cruzamentos a partir dos dados brutos agregados. Essa plataforma está hospedada no Mosaico – portal de dados do investimento social criado para

proporcionar formas mais autônomas e diversificadas de acesso e utilização de dados do Censo GIFE, da Pesquisa Organizacional e de bases de dados e pesquisas de outras organizações, proporcionando segmentação e personalização na apresentação das informações.

Base de Projetos: o Censo GIFE 2018 também alimentou a primeira versão da Base de Projetos, ferramenta digital de acesso público que disponibiliza informações e dados sobre projetos e programas de investidores sociais em forma de listas, tabelas e gráficos, além de apresentar as iniciativas mapeadas pelo território nacional e detalhadas em um em um perfil específico de cada projeto ou programa. A Base de Projetos, que também está hospedada no portal Mosaico, busca facilitar parcerias, conexões e coinvestimentos entre investidores sociais, auxiliar as organizações em seus processos de tomada de decisão e dar visibilidade a suas ações e a cases do campo.

Infográficos: correspondem a leituras temáticas de dados do Censo GIFE 2018 e outras pesquisas publicadas periodicamente no portal Mosaico ao longo de 2020. Os infográficos podem, eventualmente, combinar dados do Censo com outras pesquisas e bases de dados relevantes para discussão de cada tema.

Relatórios de comparação: relatórios individuais para cada um dos respondentes, apresentando suas respostas em uma perspectiva comparada com o resultado geral e com setores/ tipos de investidores específicos. Esse produto tem por objetivo fornecer a cada respondente um panorama de como ele se encontra em relação aos demais e, assim, poder contribuir para a definição de estratégias organizacionais e de investimento. Para garantir a confidencialidade dos dados, cada relatório é enviado apenas para os respectivos respondentes.

LISTA DE SIGLAS

API – *Application programming interface*

BISC – *Benchmarking* do investimento social corporativo

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CEBAS Assistência – Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social

CEBAS Educação – Certificado de Entidade Beneficente de Educação

CEBAS Saúde – Certificado de Entidade Beneficente de Saúde

CENTS – Cadastro Único das Entidades Parceiras do Terceiro Setor

CEO – *Chief executive officer*

CREPDH – Certificado de Reconhecimento de Entidade Promotora dos Direitos Humanos

CRIC – Certificado de Reconhecimento de Instituição Cultural

FNCA – Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente

GRI – Global Reporting Initiative

IPCA – Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo

ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial

ISP – Investimento/ investidor social privado

ITCMD – Imposto sobre Transmissão Causa Mortis e Doação

LGBTI+ – População lésbica, gay, bissexual, travesti, transexual, intersexual e outras orientações sexuais, identidades e expressões de gênero

MROSC – Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

OS – Organização social

OSC – Organização da sociedade civil

OSCIP – Organização da sociedade civil de interesse público

PF – Pessoa física

PJ – Pessoa jurídica

PLR – Participação nos lucros e resultados

pp – Ponto percentual

Pronas – Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência

Pronon – Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica

RH – Recursos humanos

TAC – Termo de ajustamento de conduta

TI – Tecnologia da informação

LISTA DE GRÁFICOS

Introdução

Gráfico 1: Associados GIFE e respondentes do Censo (1995 a 2019). 8

Gráfico 2: Organizações por tipo de investidor. 9

Gráfico 3: Associados e respondentes por tipo de investidor (2008 e 2019) 10

Gráfico 4: Média de idade das organizações em anos 10

Gráfico 5: OSC brasileiras e respondentes por ano de constituição 12

Gráfico 6: Organizações por forma jurídica 13

Gráfico 7: Institutos e fundações por tipo de título, registro e certificado 13

Capítulo 1

Gráfico 1: Evolução do investimento total (2008 a 2018) . . 19

Gráfico 2: Investimento total, considerada a amostra de 71 organizações que responderam de 2014 a 2018 19

Gráfico 3: Organizações por variação no total investido (2017 e 2018) 20

Gráfico 4: Investimento total por tipo de investidor (2017 e 2018) 21

Gráfico 5: Organizações por expectativa de variação de volume de investimento no ano seguinte (2017 e 2019) 22

Gráfico 6: Organizações por valor total investido 22

Gráfico 7: Organizações por faixa de volume de investimento e tipo de investidor. 23

Gráfico 8: Organizações por tipos de fontes de recurso utilizadas (2016 e 2018) 25

Gráfico 9: Investimento total por fontes de recursos 26



| | |
|--|-----------|
| Gráfico 10: Organizações que contam apenas com fontes de recursos próprias (2016 e 2018) | 28 |
| Gráfico 11: Organizações por estratégias de captação de recursos. | 29 |
| Gráfico 12: Organizações por instâncias de definição nas empresas mantenedoras sobre o destino de recursos para investimento social (2016 e 2018) | 31 |
| Gráfico 13: Organizações por critério principal adotado pelas empresas mantenedoras para destinação de recursos | 32 |
| Gráfico 14: Proporção de investimentos por meio de incentivos fiscais no investimento total (2014, 2016 e 2018) | 33 |
| Gráfico 15: Organizações por uso de incentivos fiscais (2014, 2016 e 2018) | 34 |
| Gráfico 16: Organizações por uso de incentivos fiscais e tipo de investidor | 34 |
| Gráfico 17: Proporção de investimentos por meio de incentivos fiscais no investimento total por tipo de investidor | 35 |
| Gráfico 18: Organizações que usam incentivo fiscal por proporção dos recursos incentivados no volume de investimento total | 35 |
| Gráfico 19: Organizações por quantidade de leis de incentivo fiscal adotadas e tipo de investidor | 36 |
| Gráfico 20: Proporção de investimentos por meio de leis de incentivo de esfera federal no investimento incentivado total (2016 e 2018) | 37 |

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 21: Proporção de investimentos por meio de leis de incentivo de esfera estadual no investimento incentivado total (2016 e 2018) | 37 |
| Gráfico 22: Proporção de investimentos por meio de leis de incentivo de esfera municipal no investimento incentivado total (2016 e 2018) | 37 |

Capítulo 2

| | |
|--|-----------|
| Gráfico 1: Organizações por estratégias de atuação (2016 e 2018) | 42 |
| Gráfico 2: Projetos ou programas por forma de operação e tipo de investidor | 44 |
| Gráfico 3: Investimento total por tipo de despesa orçamentária (2011, 2014, 2016 e 2018) | 45 |
| Gráfico 4: Investimento total por tipo de despesa orçamentária e tipo de investidor | 47 |
| Gráfico 5: Organizações por forma de atuação (2011, 2014, 2016 e 2018) | 49 |
| Gráfico 6: Organizações por forma de atuação e tipo de investidor (2016 e 2018) | 49 |
| Gráfico 7: Organizações por recursos repassados a projetos próprios e de terceiros e por tipo de investidor | 50 |
| Gráfico 8: Organizações por tipos de terceiros para os quais repassam recursos (2016 e 2018) | 51 |
| Gráfico 9: Organizações por intenção de repasse de recursos a OSC (2016 e 2018) | 52 |
| Gráfico 10: Organizações que apoiam OSC pela quantidade de OSC para as quais repassam recursos e tipo de investidor | 53 |

| | |
|--|-----------|
| Gráfico 11: Proporção de recursos repassados a OSC por tipo de investidor | 54 |
|--|-----------|

| | |
|--|-----------|
| Gráfico 12: Proporção de recursos repassados a OSC via novos mecanismos ou serviços financeiros para o campo social | 54 |
|--|-----------|

| | |
|--|-----------|
| Gráfico 13: Organizações por critérios utilizados para selecionar OSC apoiadas. | 56 |
|--|-----------|

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 14: Organizações por dois principais motivos para apoiar OSC (2014, 2016 e 2018) | 57 |
|---|-----------|

| | |
|--|-----------|
| Gráfico 15: Organizações por duas principais dificuldades para apoiar OSC | 59 |
|--|-----------|

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 16: Organizações por dois principais motivos para não apoiar OSC | 61 |
|---|-----------|

Capítulo 3

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 1: Institutos e fundações por existência de conselho deliberativo e tipo de investidor | 64 |
|---|-----------|

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 2: Institutos e fundações por composição do conselho deliberativo e tipo de investidor | 66 |
|---|-----------|

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 3: Institutos e fundações por presença exclusiva de homens no conselho deliberativo e tipo de investidor (2016 e 2018) | 67 |
|---|-----------|

| | |
|--|-----------|
| Gráfico 4: Proporção de conselheiros(as) por gênero nos conselhos deliberativos (2016 e 2018) | 67 |
|--|-----------|

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 5: Institutos e fundações por composição racial do conselho deliberativo (2016 e 2018) | 68 |
|---|-----------|

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 6: Institutos e fundações por detalhamento da composição racial do conselho deliberativo (2016 e 2018) | 68 |
|---|-----------|

| | | | | | |
|--|-----------|---|-----------|--|------------|
| Gráfico 7: Organizações por participação de <i>stakeholders</i> nas instâncias de tomada de decisão | 69 | Gráfico 20: Organizações por pautas relativas ao alinhamento entre o ISP e o negócio das empresas mantenedoras . . . | 79 | Gráfico 2: Organizações por realização de avaliação institucional e de projetos ou programas . . . | 96 |
| Gráfico 8: Organizações por práticas e políticas de controle financeiro e uso de dados (2016 e 2018) | 70 | Gráfico 21: Organizações por influência no ISP não voluntário realizado pelas empresas mantenedoras | 81 | Gráfico 3: Organizações por avaliação de projetos ou programas e faixa de investimento. | 97 |
| Gráfico 9: Organizações por número de funcionários e tipo de investidor. | 73 | Gráfico 22: Organizações por práticas de gestão de risco . . | 83 | Gráfico 4: Organizações por tipo de objetivo de avaliações de projetos ou programas | 99 |
| Gráfico 10: Proporção de colaboradores por gênero e tipo de investidor | 74 | Gráfico 23: Organizações por envolvimento nas práticas de gestão de riscos nas empresas mantenedoras. | 84 | Gráfico 5: Organizações por critérios para decidir avaliar um projeto ou programa (2016 e 2018) | 101 |
| Gráfico 11: Organizações por política de promoção da diversidade e inclusão (2019). | 75 | Gráfico 24: Organizações por práticas de gerenciamento de crises | 84 | Gráfico 6: Organizações por principais critérios para decidir avaliar um projeto ou programa e tipo de investidor. | 102 |
| Gráfico 12: Organizações por metas ou cotas para contratação de públicos específicos (2019). | 75 | Gráfico 25: Organizações por envolvimento no gerenciamento de crises das empresas mantenedoras | 85 | Gráfico 7: Organizações por barreiras identificadas para avaliar projetos ou programas | 103 |
| Gráfico 13: Organizações por iniciativas de formação em temas de diversidade e inclusão (2019). | 75 | Gráfico 26: Organizações por tipos de crises originadas de sua atuação e das empresas mantenedoras nos últimos três anos | 86 | Gráfico 8: Organizações por tipo de prática e política de avaliação de projetos ou programas . . | 104 |
| Gráfico 14: Organizações por iniciativas de capacitação de seus colaboradores (2019). | 76 | Gráfico 27: Organizações por percepção do ambiente de atuação nos últimos dois anos. . . | 87 | Gráfico 9: Organizações por tipo de prática e política de avaliação de projetos ou programas e faixa de investimento. . . . | 105 |
| Gráfico 15: Organizações por programa próprio de remuneração variável (2019) | 76 | Gráfico 28: Organizações por consideração do ambiente de atuação no planejamento de suas ações | 88 | Gráfico 10: Organizações por estrutura para monitorar e avaliar projetos ou programas | 107 |
| Gráfico 16: Organizações com programa próprio de remuneração variável por abrangência do programa (2019) | 77 | Gráfico 29: Organizações por envolvimento com diferentes agendas de sustentabilidade das OSC | 89 | Gráfico 11: Organizações por estrutura desagrupada para monitorar e avaliar projetos ou programas | 108 |
| Gráfico 17: Organizações com programa próprio de remuneração variável por critério para pagamento (2019) | 77 | Gráfico 30: Organizações por entraves jurídicos e tributários enfrentados em sua estratégia, planejamento e operação . . . | 90 | Gráfico 12: Organizações por área ou equipe responsável pela coleta de informações de monitoramento | 109 |
| Gráfico 18: Organizações com programa próprio de remuneração variável por forma de pagamento (2019). | 77 | | | Gráfico 13: Organizações por objetivos de comunicação (2016 e 2018) | 111 |
| Gráfico 19: Organizações por percepção de alinhamento entre ISP e o negócio das empresas mantenedoras nos últimos dois anos | 78 | Capítulo 4 | | Gráfico 14: Organizações por objetivos de comunicação indicados como prioritários e tipo de investidor | 112 |
| | | Gráfico 1: Projetos ou programas mais representativos por processos de reflexão e sistematização de dados | 94 | Gráfico 15: Organizações por estratégias de comunicação. . | 113 |



Gráfico 16: Organizações por públicos almejados pela comunicação (2016 e 2018) **114**

Gráfico 17: Organizações por meios ou canais de comunicação utilizados (2016 e 2018) . . **115**

Gráfico 18: Organizações por estrutura de comunicação existente (2016 e 2018) **116**

Gráfico 19: Organizações por estrutura de comunicação existente e tipo de investidor . . **116**

Gráfico 20: Organizações por práticas inovadoras incorporadas na atuação **117**

Gráfico 21: Organizações por práticas inovadoras incorporadas na gestão **118**

Gráfico 22: Organizações que incorporam práticas inovadoras por utilização de recursos tecnológicos **119**

Gráfico 23: Organizações por presença de visão de escala para maioria dos projetos ou programas **120**

Gráfico 24: Organizações por presença de visão de escala desde o planejamento e elaboração do projeto ou programa e tipo de investidor **121**

Capítulo 5

Gráfico 1: Organizações por forma de participação em redes ou grupos **125**

Gráfico 2: Organizações por participação em redes ou grupos e tipo de investidor **125**

Gráfico 3: Organizações por forma de participação em redes ou grupos e tipo de investidor **126**

Gráfico 4: Organizações por atributos valorizados na participação em redes ou grupos **127**

Gráfico 5: Organizações que não atuam em redes ou grupos por principal motivo **127**

Gráfico 6: Organizações por tipos de parcerias estabelecidas nos três projetos ou programas mais representativos **128**

Gráfico 7: Organizações por realização de coinvestimento (2014, 2016 e 2018) **129**

Gráfico 8: Organizações por tipo de coinvestimento **130**

Gráfico 9: Organizações por tipo de estratégia de aproximação com políticas públicas **133**

Gráfico 10: Organizações por importância de características para que a aproximação com políticas públicas seja benéfica **136**

Gráfico 11: Organizações por duas principais dificuldades na aproximação com políticas públicas **137**

Gráfico 12: Organizações que não adotam estratégias de aproximação com políticas públicas por dois principais motivos **138**

Gráfico 13: Volume de recursos aportados no tema de negócios de impacto social (2017 e 2018) **139**

Gráfico 14: Organizações por volume de recursos para o tema de negócios de impacto social em relação ao investimento total **141**

Gráfico 15: Organizações por envolvimento com o tema de impacto social e tipo de investidor **142**

Gráfico 16: Proporção do volume de recursos para o tema de negócios de impacto social por tipo de investidor **142**

Gráfico 17: Organizações por formas de envolvimento com o tema de negócios de impacto social **143**

Gráfico 18: Organizações por tipo de relação com o tema de negócios de impacto social **144**

Gráfico 19: Organizações por principal desafio para atuar com o tema de negócios de impacto social **145**

Capítulo 6

Gráfico 1: Organizações por quantidade de projetos ou programas e tipo de investidor . . . **150**

Gráfico 2: Organizações por quantidade de projetos ou programas e forma de atuação . . . **151**

Gráfico 3: Organizações por áreas temáticas específicas indicadas nos projetos ou programas **155**

Gráfico 4: Organizações por perfil de público específico indicado nos projetos ou programas **156**

Gráfico 5: Organizações por territórios específicos indicados nos projetos ou programas **158**

Gráfico 6: Organizações por quantidade de estratégias adotadas nos projetos ou programas mais representativos por tipo de investidor **159**

Gráfico 7: Organizações por tipos de estratégias adotadas para projetos ou programas mais representativos **160**

Gráfico 8: Organizações por subáreas dos projetos ou programas mais representativos relacionadas à educação. . . **161**

Gráfico 9: Organizações por subáreas dos projetos ou programas mais representativos relacionadas ao trabalho, empreendedorismo e geração de renda. **162**

Gráfico 10: Organizações por subáreas dos projetos ou programas mais representativos relacionadas à defesa de direitos, cultura de paz e democracia. **163**

Gráfico 11: Organizações por subáreas dos projetos ou programas mais representativos relacionadas ao ambiente natural e à sustentabilidade. **164**

Gráfico 12: Organizações por subáreas dos projetos ou programas mais representativos relacionadas ao ambiente urbano e à sustentabilidade. **165**

Gráfico 13: Organizações por beneficiários dos projetos ou programas mais representativos e tipo de investidor **167**

Gráfico 14: Organizações por incorporação dos ODS em sua estratégia de atuação e tipo de investidor. **169**

Gráfico 15: Organizações por ODS relacionados com a atuação da organização **170**

LISTA DE TABELAS

Introdução

Tabela 1: Organizações por tipo de título, registro e certificado e por tipo de investidor **14**

Capítulo 1

Tabela 1: Orçamento total empenhado por Ministério (2018). **18**

Tabela 2: Investimento médio e mediana por tipo de investidor (2018). **23**

Tabela 3: Investimento total por fontes de recursos e tipo de investidor (2018). **27**

Tabela 4: Organizações por estratégias de captação e tipo de investidor. **30**

Tabela 5: Proporção de investimento por esfera de leis de incentivo em relação ao investimento incentivado total (2016 e 2018) **36**

Capítulo 2

Tabela 1: Organizações por estratégias de atuação e tipo de investidor. **43**

Capítulo 3

Tabela 1: Organizações por divulgação de informações e tipo de público **71**

Capítulo 5

Tabela 1: Organizações por tipo de coinvestimento e tipo de investidor **131**

Tabela 2: Organizações por tipo de estratégia de aproximação com políticas públicas e por esfera da federação. **135**

Capítulo 6

Tabela 1: Organizações por áreas temáticas de atuação (independente de projetos ou programas indicados). **149**

LISTA DE QUADROS

Capítulo 6

Quadro 1: Abordagem tridimensional do foco dos projetos ou programas em operação . . . **152**

Quadro 2: Abordagem tridimensional do foco dos projetos ou programas em operação por foco prioritário ou complementar. **153**

LISTA DE MAPAS

Capítulo 6

Mapa 1: Projetos ou programas por abrangência territorial **166**



LISTA DE ASSOCIADOS GIFE (AGOSTO 2019) E RESPONDENTES DO CENSO GIFE 2018

Os asteriscos correspondem às organizações que responderam ao Censo GIFE 2018.

Accenture*

Aegea Saneamento e Participações S.A.*

Alana*

Aldeias Infantis SOS Brasil*

Associação CitiEsperança

Associação Samaritano*

B3 Social*

Banco Bradesco*

Banco J.P. Morgan*

Bank of America Merrill Lynch

ChildFund Brasil - Fundo para Crianças*

Childhood Brasil*

FTD Educação

Fundação Affonso Brandão Henkel*

Fundação Alphaville*

Fundação Amazonas Sustentável*

Fundação André e Lucia Maggi*

Fundação Aperam Acesita*

Fundação ArcelorMittal Brasil*

Fundação Arymax*

Fundação Avina*

Fundação Banco do Brasil*

Fundação Bradesco*

Fundação Bunge*

Fundação Cargill*

Fundação CSN*

Fundação Demócrito Rocha*

Fundação Dom Cabral*

Fundação Educar DPaschoal*

Fundação Espaço ECO*

Fundação FEAC*

Fundação Fernando Henrique Cardoso*

Fundação Ford*

Fundação Grupo Boticário*

Fundação Iochpe*

Fundação John Deere*

Fundação José Luiz Egydio Setubal*

Fundação José Silveira

Fundação Lamb Watchers*

Fundação Lemann*

Fundação Maria Cecilia Souto Vidigal*

Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho

Fundação Nestlé Brasil*

Fundação Odebrecht*

Fundação Otacílio Coser*

Fundação Projeto Pescar*

Fundação Raízen*

Fundação Renova

Fundação Roberto Marinho*

Fundação Romi*

Fundação Semear

Fundação SM

Fundação Stickel*

Fundação Telefônica Vivo*

Fundação Tide Setubal*

Fundação Toyota do Brasil*

Fundação Vale*

Fundação Via Varejo*

Fundação Victor Civita

Fundação Volkswagen*

Furnas*

Gerdau*

Grupo Fleury

Inspet*

Inspirare

Instituto 3M*

Instituto ABCD*

Instituto Alair Martins - IAMAR*

Instituto Alcoa*

Instituto Algar*

Instituto Aon*

Instituto Arapyaú*

Instituto Arcor Brasil

Movimento Arredondar*

Instituto Avon*

Instituto Ayrton Senna*

Instituto Beatriz e Lauro Fiuza*

Instituto Betty e Jacob Lafer*

Instituto BRB*

Instituto BRF*

Instituto C&A*

Instituto Camargo Corrêa

Instituto CCR*

Instituto Center Norte*

Instituto Clima e Sociedade*

Instituto Coca-Cola Brasil*

Instituto Conceição Moura*

Instituto Cooperforte*

Instituto CPFL*

Instituto Criança é Vida*

Instituto Cultural Usiminas

Instituto Cyrela*
Instituto de Cidadania
Empresarial*
Instituto Desiderata*
Instituto Diageo
Instituto Ecofuturo*
Instituto EDP*
Instituto Embraer*
Instituto Estre*
Instituto Eurofarma*
Instituto GPA*
Instituto Grupo Boticário*
Instituto Grupo BIG
Instituto Humanize*
Instituto Ibirapitanga*
Instituto Iguá de
Sustentabilidade
Instituto InterCement*
Instituto International Paper*
Instituto Invepar*
Instituto Itaú Cultural*
Instituto Jama
Instituto Jatobás*
Instituto JCPM de Compromisso
Social*
Instituto João e Maria
Backheuser *

Instituto Julio Simões
Instituto LafargeHolcim*
Instituto Lina Galvani*
Instituto Lojas Renner
Instituto Natura*
Instituto Neoenergia*
Instituto NET Claro Embratel*
Instituto Paulo Montenegro*
Instituto Península*
Instituto Positivo*
Instituto Purunã
Instituto Queiroz Jereissati*
Instituto Sabin*
Instituto Samuel Klein*
Instituto SEB de Educação
Instituto Serrapilheira*
Instituto Souza Cruz*
Instituto Triunfo*
Instituto Unibanco*
Instituto Vedacit*
Instituto Votorantim*
Instituto Yamana*
ISA CTEEP*
Itaú Social*

Itaú Unibanco*
Mattos Filho Advogados*
Microsoft
Monsanto
Oi Futuro*
Open Society Foundations
Pinheiro Neto Advogados*
Raiadrogasil S.A.*
Roche*
Santander*
Serasa Experian*
SITAWI Finanças do Bem*
Sociedade Brasileira de Cultura
Inglesa*
TIM Brasil*
TV Globo*
United Way Brasil
A Beneficência Portuguesa de
São Paulo*
Instituto Paulo Gontijo*
Instituto República*
Instituto Sicoob*
Instituto Verdescola*



Esta publicação foi composta nas tipografias Cooper Hewitt e Monoton e impressa em papel Supremo 250 g/m² e Couchê fosco 115 g/m² em novembro de 2019.

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



APOIO:



Instituto C&A



ISBN 978-85-88462-42-7



9 788588 462427