



Conectando pessoas e
mobilizando recursos



Diagnóstico

Fatores críticos para ampliar a cultura de doação
e mobilização de recursos no Brasil

Objetivos deste relatório

Apoiar pessoas e organizações que pretendem fomentar a cultura filantrópica no país a responder à seguinte questão:

“Quais são os fatores críticos mais importantes para ampliar e fortalecer a cultura de doação e mobilização de recursos no Brasil?”

Fluxo do trabalho



> INPUTS

- > Pesquisas sobre cultura de doação já realizadas;
- > Análise de outros materiais de referência;
- > Entrevistas com especialistas;
- > Análise semântica dos documentos;

> OUTPUTS:

- > Pontos críticos;
- > Outras considerações;

> INPUTS

- > Organizar pontos críticos presentes nos estudos;
- > Incluir outras análises relevantes;

> OUTPUTS:

- > PPT com pontos críticos e considerações para fomentar a cultura de doação;
- > PRAZO: 14/12

> INPUTS

- > Pontos críticos e outras considerações para fomentar a cultura de doação/MR no Brasil;

> OUTPUTS:

- > Priorização de pontos críticos e elaboração de documento final;
- > Plano para enfrentar pontos críticos;

Pesquisas, entrevistas e estudos analisados

Pesquisas que indicam caminhos para fomentar a cultura de doação no Brasil

Pesquisa "A Eficácia dos investimentos sociais no Brasil" - McKinsey;
Pesquisa "Arquitetura Institucional de apoio às OSCs no Brasil" - FGV/D3;
Grupo de trabalho sobre o Marco Regulatório das ONGs;
Encontro de criação para cultura de doação e captação de recursos no Brasil - Arapyau;

Outras pesquisas e estudos

Censo GIFE;
BISC - Benchmarking de Investimento Social Corporativo;
Mapeamento do campo da cultura de doação - Arapyau;
Relatório GIFE - Investimento Social Familiar;
Relatório FASFIL 2010;
Pesquisa IPEA Ação Social das Empresas;
Relatório da Força Tarefa de Finanças Sociais;
Relatório ABONG - "O dinheiro das ONGs";
TIC - OSCs 2014 - CETIC BR;
Pesquisa IDIS Ipsos

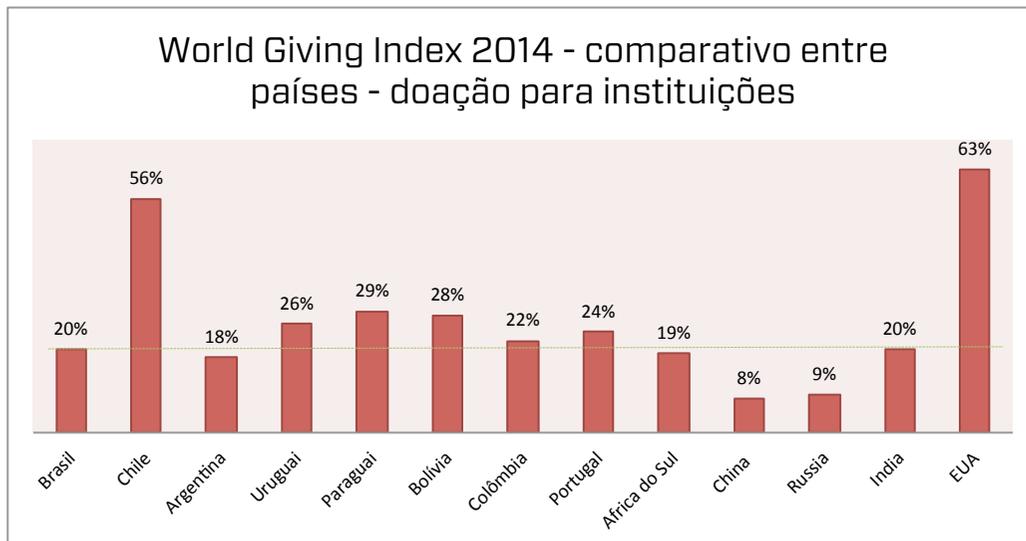
Entrevistas

André Degenszajn - GIFE
João Paulo Vergueiro - ABCR
Joana Lee Ribeiro - Movimento Cultura de Doação
Marcelo Estraviz - Estraviz e Associados
Patrícia Mendonça - ex pesquisadora do CEAPG-FGV;
Laís Figueiredo - Governo Federal - MROSC - não realizada
Vera Masagão - ABONG - não realizada
Célia Cruz - ICE - não realizada
Daryl Upsall - consultor internacional - consulta por email
Kyla Shawyer - The Resource Alliance - consulta por email

“Giving Brasil” – um rascunho

“Giving Brasil” – doações individuais

(Fontes: Perfil Doadores no Brasil Child Fund e Rgarber, 2010, World Giving Index 2014 e Pesquisa IDIS/Ipsos – 2012)



| | % doa \$ | por mês |
|---|----------|----------|
| "Doações e trabalho voluntário no Brasil" | 21% | R\$33,00 |
| Rgarber/Child Fund | 10% | R\$25,00 |



- > Rgarber: “Doam regularmente para OSCs”;
- > Volume: R\$ 5,2 bilhões (2010) – 0,14% do PIB
- > Atualizado pelo PIB 2014 – R\$ 7,8 bi
- > Se considerarmos doadores regulares (10%) + doadores eventuais, podemos constatar que as doações individuais brasileiras devem ficar entre R\$ 8 – 10 bi/ano;

IDIS-IPSONS

| Quantos doam.... | |
|------------------|-----|
| ...Para ONGs | 14% |
| ...Para igreja | 30% |
| ...Para pedintes | 30% |

| Por que não doam? | |
|----------------------------|-----|
| Não têm recursos | 58% |
| Não foram solicitadas | 18% |
| Não confiam nas OSCs | 12% |
| É responsabilidade Governo | 6% |

| Temas mais populares | |
|----------------------|-----|
| Crianças | 33% |
| Idosos | 18% |
| Saúde | 17% |
| Educação | 7% |

R\$ 8 a 10 bi/ano

“Giving Brasil” – famílias de alto poder aquisitivo

(Fontes: Pesquisa GIFE-Filantropia Familiar, McKinsey e RBC Wealth Management report)

Gráfico 1 – Evolução histórica dos investidores familiares associados ao GIFE



- > **Problema 1:** Investimento tímido e incipiente – não há cultura de doação e a legislação que não incentiva;
- > **Problema 2:** desorganização e desconexão – sem foco, curto prazo, assistencialistas, com pouca integração;

Ranking dos países com maior número de milionários

| Países | Número de milionários | Crescimento entre 2010 e 2011 |
|-------------------|-----------------------|-------------------------------|
| 1º Estados Unidos | 3.068 mil | -1.2% |
| 2º Japão | 1.822 mil | 4.8% |
| 3º Alemanha | 951 mil | 3.0% |
| 4º China | 562 mil | 5.2% |
| 5º Reino Unido | 441 mil | -2.9% |
| 6º França | 404 mil | 1.9% |
| 7º Canadá | 280 mil | -0.9% |
| 8º Suíça | 252 mil | 3.6% |
| 9º Austrália | 180 mil | -6.9% |
| 10º Itália | 168 mil | -1.3% |
| 11º Brasil | 165 mil | 6.2% |

No Brasil, os 5-10 principais filantropos doam aproximadamente **0,5%** de sua riqueza, por ano, a suas próprias fundações, enquanto nos Estados Unidos a média dos 5 principais filantropos é de **3%**.

- > Conceito de ISF ainda em construção no Brasil;
- > Dados do GIFE apontam 0,18% de famílias milionárias ou bilionárias tem iniciativas de investimento social familiar – 300 famílias;
- > A relação entre família e empresa ainda não pode ser dissociada na maioria dos casos;
- > Na amostra do GIFE - média de investimento de R\$ 5,7 milhões/ano. Se extrapolarmos 50% do valor médio para o restante das 300 famílias, temos um montante de investimento de famílias de **R\$ 1,1 bi/ano**

R\$ 1,1 bi/ano

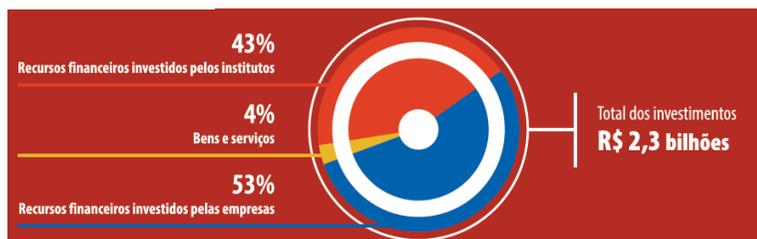
“Giving Brasil” – empresas e outras instituições

(Fontes: Censo GIFE, BISC, IPEA Ação Social das Empresas)

| | Recursos Investidos, em 2004 (em R\$) | Recursos Investidos em Relação ao PIB (%) | |
|---------------|---------------------------------------|---|-------------|
| | | 2000 | 2004 |
| Sudeste | 3,3 bilhões | 0,66 | 0,34 |
| Nordeste | 537 milhões | 0,20 | 0,22 |
| Sul | 562,7 milhões | 0,19 | 0,19 |
| Centro-Oeste | 240,8 milhões | 0,16 | 0,18 |
| Norte | 93,8 milhões | 0,10 | 0,11 |
| Brasil | 4,7 bilhões | 0,43 | 0,27 |

Fonte: Pesquisa Ação Social das Empresas no Brasil - IPEA/DISOC (2006).

Nota: * Em valores constantes de 2004. Deflacionado pelo INPC médio anual.



- > BISC aponta que o crescimento do ISC é consistente e pouco impactado pela crise econômica;
- > Incentivos fiscais respondem por 27% do total investido;
- > Volume transferido para OSCs - 15% do total - R\$ 332 mj;
- > Tendência por concentrar o investimento em OSCs mais estruturadas - menos organizações recebem montantes maiores por períodos mais longos;

- > Se considerarmos os dados Brasil do IPEA, de investimento de aproximadamente 0,3% do PIB de ISP, teremos um montante de **R\$ 16,5 bi** investidos por empresas para o setor, dos quais 25% ou R\$ 4,1 bi seriam doados para OSCs;

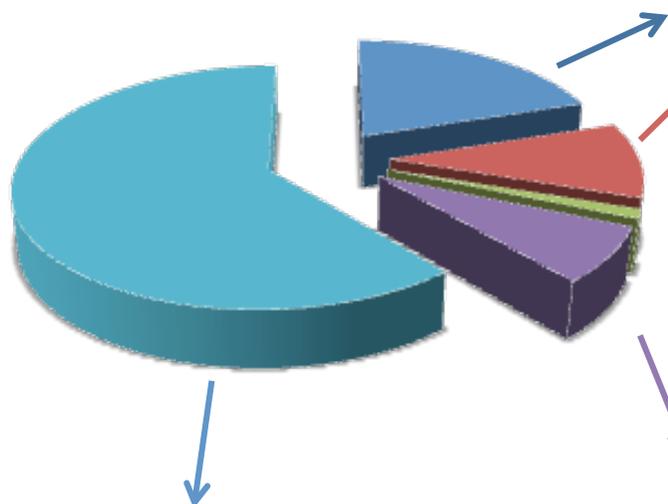


- > Censo GIFE aponta um volume de investimento de R\$ 3 bi por seus associados;
- > Volume transferido para OSCs - 25% - R\$ 760 mj;
- > “*Os associados do GIFE são, em sua maioria, instituições “fazedoras”, que operam programas e buscam impactar agendas específicas. Se para isso elas precisam trabalhar com OSCs, elas o fazem*” André Degenszjan - diretor executivo do GIFE.

R\$ 16,5 bi/ano

“Giving Brasil” – mapa do volume de recursos investidos no setor

TOTAL: R\$ 82,8 bi
1,5% do PIB



FILANTROPIA PRIVADA (31,5%)

Empresas: R\$ 16,5 bi (20%)

HNWI: R\$ 1,1 bi (1,3%)

Indivíduos: R\$ 8,5 bi (10,1%)

(fontes: pesquisa Ação Social das Empresas, IPEA, 2004 e Perfil Doadores no Brasil Child Fund e Rgarber, 2010)

COOPERAÇÃO INTERNACIONAL (1,2%)

R\$ 1 bi

(fonte: cálculos estimados por consultores com base em pesquisa Instituto Fonte/D3, 2010)

RECURSOS PRÓPRIOS (60%)

(produtos e serviços prestados)

R\$ 50 bi

(fonte: cálculos estimados pela consultoria com base nos parâmetros da pesquisa John Hopkins, 1995)

RECURSOS GOVERNAMENTAIS (7,4%)

(Transferências voluntárias do Governo Federal para OSCs)

R\$ 6,1 bi

(fonte: IPEA – Secretaria de Assuntos Estratégicos Da Presidência da República)

“Giving Brasil” – excluindo “recursos próprios”

COOPERAÇÃO INTERNACIONAL (3%)

R\$ 1 bi

(fonte: cálculos estimados por consultores com base em pesquisa Instituto Fonte/D3, 2010)

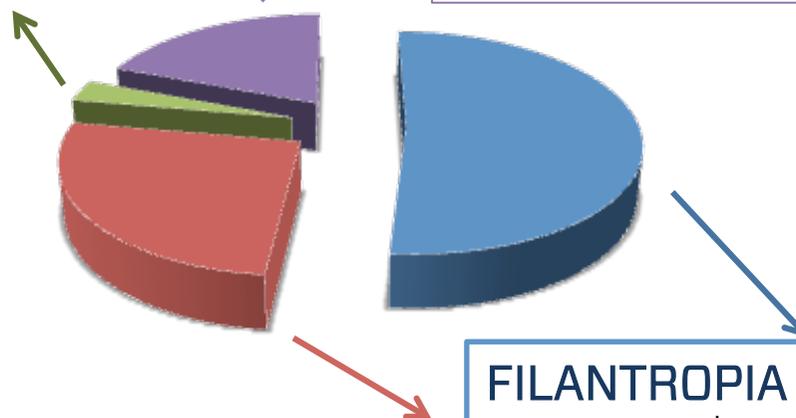
RECURSOS GOVERNAMENTAIS (18%)

(Transferências voluntárias do Governo Federal para OSCs)

R\$ 6,1 bi

(fonte: IPEA – Secretaria de Assuntos Estratégicos Da Presidência da República)

TOTAL: R\$ 33 bi



FILANTROPIA PRIVADA (78,46%)

Empresas: R\$ 16,5 bi (50%)

HNWI: R\$ 1,1 bi (3,3%)

Indivíduos: R\$ 8,5 bi (25,3%)

TOTAL: R\$ 26 bi

(fontes: pesquisa Ação Social das Empresas, IPEA, 2004 e Perfil Doadores no Brasil Child Fund e Rgarber, 2010)

0,47% do PIB

> Pesquisa feita pela Deloitte aponta que o campo das Finanças Sociais mobilizou **R\$ 13 bi em 2014** no Brasil, e prevê que, até 2020, irá mobilizar R\$ 50 bi;

As iniciativas e estudos já feitos sobre fomento à cultura de doação

Pesquisa McKinsey dá prioridade para facilitar a ação dos doadores

McKinsey&Company

- > Existe “falha de mercado” entre doadores e beneficiários (OSCs) – doadores “fazem sozinhos”
- > Mecanismos para aumentar a doação de indivíduos - uso de benefícios fiscais não explorados;
- > Programa de capacitação robusto e de amplo alcance para as OSCs;
- > Mudança cultural – de “caridade” para “impacto social”



Marco Regulatório das OSCs é amplo e traz perspectivas futuras



- > Documento bastante abrangente, dentro de longo processo de interação entre sociedade civil e Governo Federal, iniciado no 1º. Mandato de Dilma Rousseff;
- > Constrói agenda com 6 pontos críticos: **1. Simplificação e Desburocratização; 2. Cultura de doação; 3. Incentivos Fiscais, 4. Fundos Públicos, 5. Cooperação Internacional e 6. Empreendedorismo Social e Economia Solidária;**
- > Ponto que avançou: **contratualização do relacionamento entre poder público e OSCs** – Lei do Novo Marco Regulatório;
- > **Estímulo a doações de pessoas físicas e fortalecimento institucional** é bastante aprofundado no documento, com encaminhamento de mudanças de leis (incentivos fiscais para doações diretas e para Fundos Patrimoniais) e criação de um Fundo Público para financiamento da sustentabilidade das OSCs;

GT prioriza mudança cultural e infra estrutura para o setor



- > Ranking dos temas prioritários aponta **mudança cultural e infra estrutura** do setor como pontos mais relevantes;
- > São criadas ou reforçadas ações concretas:
 - Plataforma de capacitação online - Captamos;
 - Fundo 1% para cultura de doação;
 - Discussão acerca da certificação;
 - Dia de Doar;
 - Campanha de Comunicação para fomentar a cultura de doação;

Pesquisa D3/FGV destaca falta de dados consistentes de pesquisa

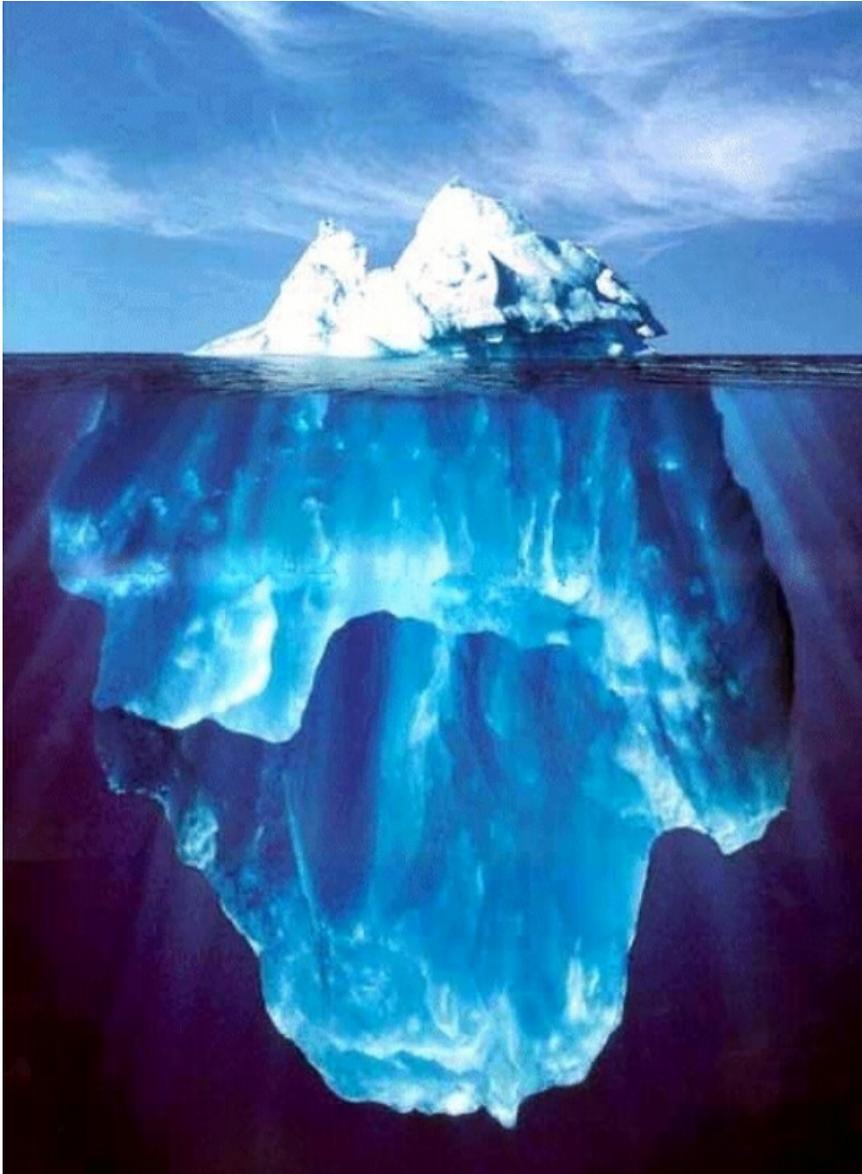


- > Faltam **informações transparentes e organizadas** sobre o financiamento das OSCs no Brasil;
- > Estudo com viés das organizações de **Defesa de Direitos** – mudanças no comportamento da cooperação internacional e advento de novas práticas de CR, com indivíduos e Fundos Independentes;
- > A menção ao ISP Corporativo destaca a preferência das empresas por **operar os próprios projetos**;

5 grandes campos de intervenção



5 grandes campos de intervenção



1. Doadores

2. Infra Estrutura
para o setor

3. OSCs

5. Ambiente regulatório

4. Cultura de doação

5 grandes campos de intervenção

McKinsey&Company



1. Doadores

- > Coordenação dos doadores de alto poder aquisitivo;
- > Mercado de massa: ampliar uso de benefícios fiscais

- > *Peer learning* entre investidores sociais;

2. Infra Estrutura para o setor

- > Incrementar plataforma de intermediários;

- > Meios digitais para fomentar e medir as doações;
- > Fundo BIS;
- > Certificação de OSCs;

- > Fomento a estudos e pesquisas;
- > Certificação das OSCs;
- > Fundo Público para financiar sustentabilidade das OSCs;

- > Necessidade de mais pesquisas

3. OSCs

- > Programa amplo de capacitação das OSCs;

- > Plataforma de capacitação online;

- > Fortalecimento e elaboração de cursos;

- > Capacitar ONGs;

4. Cultura de doação

- > Conscientização e mudança cultural;

- > Campanha de Comunicação para fomentar a cultura de doação;
- > Dia de Doar;

- > Cultura de Investimento em DH;

5. Ambiente Regulatório

- > Simplificação e expansão dos benefícios fiscais;

- > Lei 13.019/2014 – contratualização das OSCs com Poder Público;
- > Simples Social;
- > Incentivos fiscais para PF – doações diretas e para Fundos Patrimoniais.

1. Doadores

Suporte aos doadores e aprendizagem em grupo

Campos de Atuação

Alguns players nacionais

Necessidades

Consultoria



Instituto | Azzi
Criando Valores



Eventos



Representação do setor



- > Capacitação de doadores (atuais e novos), através de programas de formação e *peer learning*, especialmente para públicos ainda não atingidos – pequenas e médias empresas, indivíduos de alto poder aquisitivo não investidores;
- > Integração de agendas da filantropia e Força Tarefa de Finanças Sociais;
- > Otimização do uso de benefícios fiscais por empresas e indivíduos;

2. Infra Estrutura para o Setor

Publicação de dados e representação do setor

Campos de Atuação

Alguns Players Nacionais

Necessidades

Pesquisa e Informação



- > Publicação de dados regulares sobre as doações no setor;
- > Benchmarking do setor – levantar dados da captação de recursos, por setores específicos;
- > Literatura sobre captação de recursos e gestão de OSCs em português e sobre nossa realidade;
- > Centros que se aprofundem em estudos sobre o panorama e o futuro da sociedade civil, da filantropia e suas interfaces com o poder público e com os negócios de impacto;

Premiações e Certificação de OSCs



- > Incrementar premiações de captação de recursos e de filantropos exemplares;
- > Aprofundar discussão de certificação com Governo Federal.

Representação do setor



- > Vácuo de representação e reconhecimento do setor;
- > Fomento à organização setorial – cultura, saúde, educação, assistência social, com pautas específicas, mas atuando, quando possível, de maneira articulada e integrada como setor sem fins lucrativos;

Recursos Semente



- > Necessários recursos semente para o desenvolvimento institucional de OSCs que queiram se desenvolver em captação de recursos, criar departamentos e campanhas de captação com indivíduos;

3. OSCs

Estruturação de plataforma de intermediários

Campos de Atuação

Alguns Players Nacionais

Necessidades

Capacitação e aprendizagem coletiva



- > Fomentar intercâmbio internacional;
- > Criar oportunidades de capacitação e aprendizagem coletiva, adaptadas às necessidades de cada organização – setor e estágio de desenvolvimento;

Consultoria



- > Organizar um guia de suporte ao setor, classificando fornecedores por tipo de serviço prestado e para que estágio de organização;
- > Identificar gaps no sistema de suporte ao setor e desenvolver fornecedores.
- > Definir políticas de atuação ética dos profissionais de captação de recursos via comissionamento;

Transação e Suporte



Atração de talentos

- > Atrair novos talentos com capacidade para trabalhar no setor das OSCs;

GUIA 2.5

1 Qual o estágio atual do seu negócio de impacto?

Estágio 1

Estou no começo da minha trajetória empreendedora. É o momento de explorar e realizar pesquisas iniciais para ter mais certeza sobre a minha ideia de negócio.

Estágio 2

Já tenho clareza sobre a minha ideia de negócio, mas preciso entender como vou colocá-la em prática. É o momento de realizar testes e protótipos para aperfeiçoar o modelo de negócio.

Estágio 3

Meu negócio já existe juridicamente, está operando e realizei as primeiras vendas. É o momento de estruturá-lo e profissionalizar sua gestão.

Estágio 4

Meu negócio está estruturado e preparado para crescer. É o momento de expandir.

2 De quais tipos de suporte você e o seu negócio precisam?



Capacitação e treinamento

Oportunidades de inspiração ou capacitação em conteúdos relacionados a empreendedorismo e gestão por meio de palestras, oficinas ou workshops.



Suporte em gestão

Oferecimento de suporte com foco no desenvolvimento da gestão do negócio, como no modelo de negócio, estratégia, criação de ferramentas de gestão ou formação de time.



Reconhecimento e divulgação

Acesso facilitado a canais de mídia, prêmios ou meios de divulgação do negócio e/ou do empreendedor.



Desenvolvimento pessoal do empreendedor

Oferecimento de ferramentas com foco exclusivo no desenvolvimento do empreendedor.



Ponte com potenciais clientes e parceiros

Apresentação a uma rede de potenciais clientes e parceiros para o negócio, incluindo benefícios por meio de descontos.



Rede de mentores

Acesso a uma rede de mentores (profissionais com grande expertise e experiência em empreendedorismo ou temas de gestão que ofereçam orientação e aconselhamento ao empreendedor).



Espaço

Oferta de espaço para postos de trabalho ou salas de reunião.



Ponte com potenciais investidores

Apresentação para potenciais investidores no negócio.



Rede entre empreendedores

Apresentação a uma rede de empreendedores, viabilizando a troca de experiências.



Investimento

Apoio por meio de recursos financeiros, como bolsa-auxílio, empréstimo, dívida conversível, ou equity.

3. OSCs

Guia 2.5 – ex. do que pode ser feito no campo das OSCs

GUIA 2.5

| ESTÁGIOS | | Capacitação e treinamento | Desenvolvimento pessoal do empreendedor | Espaço | Investimento | Ponte com potenciais clientes e parceiros | Ponte com potenciais investidores | Reconhecimento e divulgação | Rede de mentores | Rede entre empreendedores | Suporte em gestão |
|-------------|--------------------------|---------------------------|---|--------|--------------|---|-----------------------------------|-----------------------------|------------------|---------------------------|-------------------|
| 1 2 | Social Good Brasil | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Worth a Million | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ |
| 1 2 3 | Yunus and Youth | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Rede Papel Solidário | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ |
| | NESsT Brasil | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2 3 | Red Bull Amaphiko Brasil | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✗ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ |
| | Artemisia | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 4 | Ashoka Brasil | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

4. Cultura de doação

Novas narrativas para participação social e filantropia

Campos de
Atuação

Alguns Players Nacionais

Necessidades

Campanhas



MOVIMENTO POR
UMA CULTURA
DE DOAÇÃO



#diadedoar

- > Pesquisas para identificar a imagem do brasileiro sobre a participação social, a filantropia e a doação;
- > Construir novas narrativas para revigorar e renovar a imagem do setor sem fins lucrativos;
- > Ampliar engajamento de empresas, celebridades e veículos de comunicação de massa no “Dia de Doar”

5. Ambiente Regulatório

Segurança jurídica e simplificação dos benefícios fiscais

Campos de Atuação

Alguns Players Nacionais

Necessidades

Leis e Ambiente Regulatório



MOVIMENTO POR
UMA CULTURA
DE DOAÇÃO



- > Discussão e estudos a respeito dos incentivos fiscais e suas consequências em relação à cultura de doação;
- > Incentivos fiscais para Pessoa Física - doações diretas e Fundos Patrimoniais;
- > Rediscutir as Leis de Incentivo no Brasil - *o que elas realmente fazem para promover a cultura de doação?*
- > Integrar agenda com esforços da força tarefa do Marco Regulatório, junto ao Governo Federal;

Recomendações

Visão e estratégias

VISÃO

Ampliar o volume de doações individuais e qualificar as doações e investimentos sociais de grandes doadores e doadores institucionais.

ESTRATÉGIAS

1. Fomento ao conhecimento sobre o setor.

2. Fortalecer a representação das OSCs.

3. Ampliar a capacidade das OSCs em captação de recursos, comunicação e transparência.

4. Segurança regulatória, simplificação e ampliação dos benefícios fiscais para doação.

5. Cultura de doação e novas narrativas para a filantropia.

VISÃO

Ampliar o volume de doações individuais e qualificar as doações e investimentos institucionais.

1. Estabelecer uma meta a ser atingida para aumentar o volume de doações com indivíduos no Brasil, a partir dos dados iniciais da “Pesquisa Doação Brasil”;

5 temas estratégicos

1. Fomento ao conhecimento sobre o setor

★ *Ações prioritárias*

- ★ 1. Publicar regularmente a “Pesquisa Doação Brasil” – pesquisa regular sobre o volume e as fontes de recursos para filantropia;
- 2. Fomento à **geração e compartilhamento de dados** organizados sobre o financiamento do setor sem fins lucrativos e de setores específicos, como por exemplo:
 - a. Fomento à utilização do Mapa das OSCs;
 - ★ b. Tornar obrigatório o cadastramento no CNES (Cadastro Nacional de Entidades Sociais);
 - c. Realizar a FASFIL periodicamente (a cada 5 anos);
 - d. Abertura de dados públicos;
- ★ 3. Fortalecer os existentes e estimular a criação de novos Centros de Estudos acadêmicos para gerar conhecimento a respeito da filantropia e do financiamento do setor sem fins lucrativos;
- 4. Apoio para o desenvolvimento de teses de mestrado, doutorado, livros e participação em congressos internacionais sobre temas ligados ao financiamento e gestão de OSCs e o futuro da sociedade civil.

5 temas estratégicos

2. Fortalecer a representação das OSCs

★ *Ações prioritárias*

- ★ 1. Pesquisas sobre modelos de representação do setor sem fins lucrativos em outros países;
- 2. Fortalecer a capacidade das OSCs de fazer advocacy, em defesa do setor;
- 3. Fortalecimento ou formação de redes, associações e federações de organizações sem fins lucrativos, com o objetivo de apoiar o desenvolvimento de setores específicos do campo das OSCs;

5 temas estratégicos

3. Ampliar a capacidade das OSCs em captação de recursos, comunicação e transparência

★ *Ações prioritárias*

- ★ 1. Desenvolver programas de formação para OSCs, respeitando níveis de desenvolvimento e conteúdos relevantes sobre o tema;
- 2. Fomentar a integração entre universidade e profissionais do setor;
- 3. Apoiar a criação de outras estratégias de aprendizagem coletiva – intercâmbio nacional e internacional entre organizações, grupos de trabalho, benchmarking etc;
- 4. Estruturar uma plataforma de fornecedores, identificar GAPs de tipos de fornecedores e estimular o seu desenvolvimento;
- ★ 5. Atrair novos talentos para trabalhar nas OSCs;
- ★ 6. Fomentar a criação de fundos que possam prover recursos semente para criação de áreas de captação de recursos, desenvolvimento de campanhas, contratação de fornecedores e profissionais etc;
- 7. Criar plataforma para dar transparência para dados das OSCs.

5 temas estratégicos

4. Segurança regulatória, simplificação e ampliação dos benefícios fiscais para doação

★ *Ações prioritárias*

- ★ 1. Discussão e estudos a respeito dos incentivos fiscais existentes e novas possibilidades, e suas consequências em relação à cultura de doação;
- ★ 2. Incentivos fiscais para Pessoa Física – doações diretas e Fundos Patrimoniais;
- 3. Integrar agenda com esforços da força tarefa do Marco Regulatório, junto ao Governo Federal;
- 4. Melhorar/simplificar o processo de uso dos incentivos fiscais para doação;
- 5. Comunicar mais e melhor a existência e o uso dos incentivos fiscais para a população;

5 temas estratégicos

5. Cultura de doação e novas narrativas para a filantropia

★ *Ações prioritárias*

1. Pesquisas que possam identificar a compreensão da população sobre o tema da filantropia/doação;
- ★ 2. Campanhas que estimulem a doação e sejam capazes de ampliar a consciência sobre o papel da sociedade civil e a participação social através da doação;
3. Desenvolvimento de materiais de comunicação que sejam capazes de mobilizar pessoas para o tema, especialmente as novas gerações;
4. Ações para estimular a cultura de doação em escolas, como forma de criar a consciência sobre o tema desde cedo.
- ★ 5. Aprofundar as discussões sobre cultura de doação.

Resumo – fatores críticos e estratégias para fortalecer a cultura de doação e mobilização de recursos no Brasil

VISÃO

Ampliar o volume de doações individuais e qualificar as doações e investimentos institucionais.

ESTRATÉGIAS

1. Fomento ao conhecimento sobre o setor.

2. Fortalecer a representação das OSCs.

3. Ampliar a capacidade das OSCs em captação de recursos, comunicação e transparência.

4. Segurança regulatória, simplificação e ampliação dos benefícios fiscais para doação.

5. Cultura de doação e novas narrativas para a filantropia.

AÇÕES PRIORITÁRIAS

> Estabelecer uma meta a ser atingida para aumentar o volume de doações com indivíduos no Brasil, a partir dos dados iniciais da “Pesquisa Doação Brasil”

- > Publicar regularmente a “Pesquisa Doação Brasil”;
- > Tornar obrigatório o CNES;
- > Fortalecer os existentes e fomentar a criação de novos Centros de Estudos relacionados ao tema da filantropia.

> Ampliar a capacidade das OSCs de fazer advocacy em defesa do setor e fortalecer as redes e representações que sejam capazes de atuar em agendas integradoras.

- > Recursos semente para criação de departamentos de captação de recursos e campanhas;
- > Programas de formação e outras estratégias de aprendizagem coletiva (intercâmbios, estágios) para OSCs em captação de recursos e comunicação

- > Estudos sobre os incentivos fiscais existentes e novas possibilidades, e consequências em relação à cultura de doação;
- > Priorizar incentivos fiscais para Pessoa Física – doações diretas e Fundos Patrimoniais.

- > Campanhas que estimulem a doação e ampliem a consciência sobre o papel da sociedade civil e a participação social através da doação;
- > Aprofundar a discussão sobre cultura de doação.