

**EU AJUDO, TU AJUDAS,
TODOS AJUDAM**

PESQUISA DA REDE FILANTROPIA
MOSTRA COMO ESTÁ A
SOLIDARIEDADE EM TEMPOS DE
PANDEMIA

**CAPTAÇÃO
DE RECURSOS**

COMO O CORONAVÍRUS ESTÁ
AFETANDO A CAPTAÇÃO DE
RECURSOS DAS OSCS?

FORMAS INOVADORAS E EFICIENTES DE CAPTAR RECURSOS

**GESTÃO
DE PROJETOS**

APROVEITANDO O POTENCIAL
DOS ATORES LOCAIS E
REINVENTANDO A GESTÃO

**TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL**

COMO A TECNOLOGIA GANHOU
PAPEL ESSENCIAL PARA A
EFICÁCIA NO TERCEIRO SETOR

ESPECIAL • Pesquisa da Rede Filantropia revela que, mesmo em tempos difíceis como o atual, as pessoas continuam destinando recursos e tempo a ONGs e causas sociais



Agregar valor na Gestão das Entidades do Terceiro Setor é o nosso compromisso há mais de 50 anos.

- ✓ Contabilidade por projetos
- ✓ Prestação de Contas
- ✓ Administração de RH especializada em Departamento Pessoal
- ✓ Gestão de voluntários e terceirizados
- ✓ Controle da regularidade fiscal, certidões e retenções fiscais
- ✓ Sistema Integrado de Gestão - ERP



seteco
ASSESSORIA CONTÁBIL

www.seteco.com.br

(11) 3500-3500



asplan

Soluções Inteligentes
www.asplan.com.br

(11) 3500-5300





THAÍS
IANNARELLI
Diretora
executiva
da Rede
Filantropia



MARCIO
ZEPPELINI
Presidente
da Rede
Filantropia

Tudo mudou! E agora?

Desde março de 2020, quando nós, brasileiros, começamos a conviver com a pandemia do novo coronavírus - e a quarentena -, temos nos perguntado e ouvido as organizações perguntarem: tudo mudou! E agora? A COVID-19 sacudiu as estruturas e fez com que todos, sem exceção, repensassem suas formas de viver e conviver, seja no mundo do trabalho e no das relações pessoais.

Para o Terceiro Setor, as dúvidas foram muitas: como adaptar as atividades do meu atendimento ao mundo virtual? Como fazer para gerir meu grupo de voluntários a distância? Como realizar nossas reuniões de assembleia? Como lidar com meus funcionários? Como conseguir sustentar financeiramente meu projeto social? Ao mesmo tempo, a pesquisa **Eu ajudo, Tu ajudas, Todos ajudam**, da Rede Filantropia, indicou que nove em cada dez brasileiros fizeram doações durante a pandemia (confira mais dados da pesquisa nesta edição); o Monitor das Doações, iniciativa da ABCR (Associação Brasileira dos Captadores de Recursos), mostra que as doações no período ultrapassaram a marca dos 6 bilhões de reais (somando empresas, iniciativas de coletivos e pessoas físicas).

O desconforto gerado pela COVID-19 fez com que todas as organizações mudassem sua forma de trabalho, adaptando-se à tecnologia, aprendendo coisas novas e colocando em prática novos projetos, inclusive visando à sustentabilidade. A Rede Filantropia acompanhou esta tendência, e transformou todas as suas atividades para o mundo virtual: artigos, revista, cursos, e até o FIFE - nosso maior evento! - tornaram-se online. Um dos pontos positivos é a possibilidade de atingir pessoas de todos os locais do país. Também fizemos um curso online 100% gratuito para todas as ONGs, tentando responder as principais dúvidas trazidas pela COVID ([acesse aqui!](#)).

E na edição 87 da Revista Filantropia, a matéria de capa não poderia vir em melhor hora: falamos sobre como INOVAR na captação de recursos, com fontes diferentes e usando estratégias fora da caixa. Em tempos de reinvenção, nada como parar, estudar e pensar nas melhores formas de sairmos desta crise da melhor forma possível.

Aproveitem o conteúdo da Revista Filantropia!

Boa leitura!



Aleitamento materno
exclusivo: um ato de amor.

Acesse www.fadc.org.br
e saiba mais sobre o
aleitamento materno.

Semana Mundial do
Aleitamento Materno
1 a 7 de agosto



Conheça a Quantus

UMA EMPRESA ESPECIALISTA
EM CONECTAR PROPÓSITOS

+ 10 mil
contatos
ao dia

+ 500
doações
ao dia

+ 150 mil
doadores
ativos

SOLICITE UMA
DEMONSTRAÇÃO

Os softwares da Quantus foram feitos sob medida para organizações do terceiro setor e são capazes de gerenciar 100% das operações de captação de recursos, otimizando seus processos.

Experimente aumentar o seu volume de arrecadação exponencialmente e elevar o poder de impacto da sua causa.

 **QUANTUS**

(47) 3086-5200 - comercial@quantus.com.br
q u a n t u s . c o m . b r

QUER GANHAR
UM KINDLE?

Participe do nosso sorteio que
aconceterá na edição online do
FIFE 2020!

- 1) Siga nosso perfil no instagram @quantusbr
- 2) Siga o perfil da @redefilantropia
- 3) Comente e marque um amigo na publicação sobre o sorteio
- 4) Aguarde o resultado!

 Importante: para participar, o usuário deve ter o perfil no modo público.



Imagens meramente ilustrativas

EXPEDIENTE

REVISTA

FILANTROPIA

ISSN 1677-1362

Idealizadores:



ECONÔMICA
Desenvolvimento Empresarial



ZEPPELINI
PUBLISHERS



MONELLO
CONTADORES

CONSULTORIA CONTÁBIL E FISCAL PARA O 3º SETOR

Editor geral

Marcio Zeppelini (MTB 43.722/SP)

Editora-chefe

Thais Iannarelli (MTB 46.415/SP)

Coordenação

Valeuska de Vassimon

Redação

Luciano Guimarães

Paula Craveiro

Edição

Daniel Gallo

Imagens ilustrativas

[shutterstock.com/depositphotos.com](https://www.shutterstock.com/depositphotos.com)

Conselho editorial deliberativo

Marcelo Monello

Marcio Zeppelini

Marcos Biasoli

Mauro Zeppelini

Ricardo Monello

NESTA EDIÇÃO...

Ponto de Vista.....	7
Não sou cloroquina, nem tubaína!.....	12
Cara a cara.....	20
O coronavírus na captação de recursos.....	24
A reinvenção da gestão de projetos.....	27
Em busca do desenvolvimento sustentável.....	30
Equidade racial e voluntariado empresarial.....	34
O impacto da transformação digital nas organizações sociais.....	37
A trajetória da captação de recursos.....	43
Estrutura mínima em tempos de pandemia.....	58
Responsabilidade compartilhada.....	60
Consumo colaborativo no Brasil.....	70
Imunidade x Isenção.....	77
NOTAS	
Radar Social.....	12
Cursos Filantropia.....	18
Painel de Controle.....	72
Filantropia Responde - Jurídico.....	75



48

Confira formas **inovadoras e diferentes** de captar recursos para sua causa!



22

Pesquisa **Eu Ajudo, Tu Ajudas, Todos Ajudam**, da Rede Filantropia, reúne dados sobre a cultura da Filantropia e da doação durante e depois da pandemia



64

Como será o cenário do Terceiro Setor na realidade **pós-pandemia?**



40

Empreendedorismo feminino
em alta e crescendo



76

Conheça produtos feitos por organizações do Terceiro Setor

FILANTROPIA

www.filantropia.org

PRESIDENTE

Marcio Zeppelini

DIRETORA EXECUTIVA

Thaís Iannarelli

DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO

Ricardo Baboo

PARCERIAS

Amanda Manarim

EVENTOS

Rogério Costa

AUDIOVISUAL

Fabiano Oliveira

CONSELHO CONSULTIVO

Ana Carolina Carrenho

Ader Assis

Dulcineia Reginato Francisco

Fabiana Dias

Flávia Lang

Guilherme Reis

José Avando

Leila Navarro

Lirio Cipriani

Marcelo Monello

Marco Iarussi

Marcos Biasioli

Maria Iannarelli

Octavio Florisbal

Rosana Pereira

Warley Dias

Wellington Nogueira

CONSELHO DIRETOR

Ana Carolina Zanoti

Daniel Gallo

Danilo Tiisel

Marcelo Estraviz

Marli Burato

Michel Freller

Ricardo Monello

Roberto Ravagnani

Rogério Martir

Rogério Paganatto

Thaís Medina

INCENTIVADORES



PARCEIROS ESTRATÉGICOS



APOIO INSTITUCIONAL





Educandos beneficiados pelo Educar Para a Vida na formatura do projeto

EM BUSCA DO PROTAGONISMO

Uma das organizações sociais mais respeitadas do país, Instituto Bancorbrás promove ações voltadas à educação, ao estímulo à cidadania corporativa, ao respeito ao meio ambiente e à prática de esporte com qualidade de vida

POR LUCIANO GUIMARÃES

Organização social parceira da Rede Filantropia, o Instituto Bancorbrás atua desde 2008 no Distrito Federal, especialmente em comunidades de baixa renda, tendo na educação um de seus principais pilares, embora também desenvolva projetos nas áreas

de cidadania corporativa, meio ambiente e esporte e qualidade de vida.

Mantida pelas empresas Bancorbrás, a instituição possui certificação de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) e registro no Conselho dos Direitos da Criança



Jacqueline Vasconcelos, psicopedagoga formada, na Universidade Federal da Paraíba-UFPB, com o apoio do projeto Bolsa Universitária

e do Adolescente (CDCA/DF). Além do DF, está presente em Fortaleza (CE), João Pessoa (PB), Goiânia (GO), Anápolis (GO), Belo Horizonte (MG), Ribeirão Preto (SP), Rio de Janeiro e Porto Alegre (RS).

Nessas localidades, onde a Bancorbrás possui filiais, opera por meio dos projetos Bolsa Universitária, Bancorbrás Social, Voluntários Bancorbrás, Campanhas e Causas Sociais e Campanha Uso Consciente.

O Instituto tem como público-alvo pessoas, famílias e comunidades em situação de vulnerabilidade, em decorrência da pobreza, do precário ou do nulo acesso aos serviços públicos e/ou qualquer outra situação de risco social. Somente em 2019 impactou, em todo o país, o total de 50.597 pessoas.

“Nossa missão é promover o protagonismo de pessoas e instituições, por meio da oferta de qualidade de vida à comunidade, com práticas que fomentem a educação, o desenvolvimento sustentável e a cidadania”, afirma a coordenadora do Instituto Bancorbrás, Roberta Abreu.

O Instituto promove uma série de programas, cada qual abriga diversos projetos sociais, impactando direta e indiretamente a vida de milhares de pessoas.

Nossa missão é promover o protagonismo de pessoas e instituições, por meio da oferta de qualidade de vida à comunidade, com práticas que fomentem a educação, o desenvolvimento sustentável e a cidadania

Em seu décimo primeiro ano de existência, o braço social da Bancorbrás contribui com a promoção do desenvolvimento sustentável e do protagonismo de crianças, jovens, idosos, pessoas com deficiência e famílias de comunidades em situação de vulnerabilidade social em todo o Brasil. Até hoje foram 18 projetos apoiados ou empreendidos nas áreas de educação, cidadania, meio ambiente e esporte.

“A educação, principal segmento de atuação do Instituto, beneficiou, em 2019, mais de 21 mil pessoas e promoveu a formação cidadã de crianças, jovens e adultos. Já nos projetos voltados para a sustentabilidade, cerca de 150 pessoas foram impactadas”, salienta a gestora.

FORTELECIMENTO

Embora a organização social seja mantida pelas empresas do grupo Bancorbrás, a instituição compreende que a queda no número de doações realizadas pelos brasileiros, nos últimos anos, é preocupante para o Terceiro Setor. Segundo Roberta, o fato de o país estar passando por uma crise financeira tem impactado a cultura de doação no país.

“O Instituto acredita que fortalecer as organizações do Terceiro Setor é uma das saídas mais eficazes e perenes para diminuir a atual dependência que as organizações possuem de seus doadores, tanto os doadores individuais, quanto a iniciativa privada e até mesmo o Estado, visto que, este último, tem apresentado uma instabilidade nos repasses para as instituições conveniadas. Nesse momento de adversidade, as organizações precisam buscar novas fontes de receitas e se capacitar em busca de mais independência e sustentabilidade”, analisa a coordenadora do Instituto Bancorbrás.

Para Roberta, outra estratégia importante a ser adotada pelas ONGs é criar meios de comprovar seu impacto e retorno do investimento social. “Avaliar o impacto social demonstra os resultados e o retorno de aporte financeiro de investidores. Podemos, assim, traduzir como transparência e governança”, reforça.

A gestora também enfatiza ser importante que as organizações sociais invistam e aprimorem formas de monitoramento, avaliação e sistematização de dados (inovação tecnológica) para que a crença em seu desempenho ultrapasse o setor e chegue ao conhecimento da sociedade e aos governos. “É valioso que todos saibam que as OSCs fazem com qualidade, que há resultados concretos, vale investir nisso. É preciso impacto e clareza nesse sentido”, argumenta Roberta.

PROGRAMA “EDUCAÇÃO BANCORBRÁS”

Possibilita a formação pessoal e profissional de crianças, adolescentes e adultos. Tem como proposta contribuir para a aprendizagem profissionalizante, a ampliação do universo sociocultural, a inclusão social e o fortalecimento da unidade familiar. Esta área engloba cinco projetos.

Educar Para a Vida: Realizado em parceria com instituições sociais, oferece uma formação para o mundo do trabalho a adolescentes, de 14 a 17 anos de idade, moradores de comunidades socialmente vulneráveis. Criado em 2005, o projeto já beneficiou mais de 2,9 mil adolescentes.

Notas e Canções: Desenvolvido desde 2012 em parceria com o Instituto Reciclando Sons, na Cidade Estrutural (DF), beneficia anualmente 80 crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, a partir da inclusão no mundo musical, da formação artística, cultural e social.



Beneficiados pelo projeto Notas e Canções em apresentação musical

Capacita Bancorbrás: O objetivo é proporcionar capacitações continuadas para o público em geral, sendo que, a cada ano são tratadas temáticas diversas e com um público específico. A ideia principal é fornecer espaço, insumos e métodos para propiciar uma formação aprofundada, funcionando como um assessoramento do Instituto às Organizações da Sociedade Civil. Cada capacitação impacta em torno de 30 educadores e são realizados dois encontros por ano, em média.

Programa de Aceleração de Impacto Social (PAIS): Iniciativa dos Institutos Bancorbrás, BRB, Cooperforte e Sabin, visa contribuir para o fortalecimento e a maturidade de OSCs, por meio de mentorias e capacitações na área de gestão, sustentabilidade, contabilidade, entre outros temas. Cada edição beneficia, em média, 20 instituições.

Bancorbrás Social: Tem o objetivo de nortear instituições e OSCs parceiras para aperfeiçoar as ações institucionais, contribuindo para o alcance de resultados e de impactos significativos na realidade dos beneficiados dessas organizações, por meio de assessoramento em governança, com capacitações e mentorias. Iniciado em 2012, o projeto foi reformulado em 2019, beneficiando 12 organizações por ano.

PROGRAMA “ADOTE UM ESTUDANTE”

Contribui para a educação universitária no Brasil e oferece aos estudantes de baixa renda condições financeiras para a manutenção e a conclusão da formação acadêmica. Esta área engloba dois projetos.

Bolsa Universitária: Concessão de auxílio financeiro para alimentação e transporte. Além do apoio para a aquisição de materiais didáticos e a participação na colação de grau. Também são atendidos estudantes nos estados em que a Bancorbrás possui filial. Criado em 2004, o projeto já beneficiou 28 jovens.



Ação voluntária de Natal na instituição ABRAPEC

Identidade Cidadã: Desenvolvida em parceria com o Campus UnB Planaltina (FUP), no Distrito Federal, busca a ampliação do aprendizado de jovens graduandos em situação de vulnerabilidade social. Consiste na concessão de bolsas para que os estudantes desenvolvam projetos nas áreas de psicologia, educação e sustentabilidade em comunidades de baixa renda, no Distrito Federal e cidades do entorno. Em dois anos, 26 jovens foram beneficiados.

PROGRAMA “EU ABRAÇO ESSA CAUSA”

O intuito é disseminar os conceitos e as práticas de cidadania, sustentabilidade e voluntariado para os públicos interno e externo do Instituto. Além disso, se propõe a apoiar instituições e organizações da sociedade civil, contribuindo para que continuem atendendo pessoas em situação de vulnerabilidade social. Esta área inclui dois projetos.

Voluntários Bancorbrás: A proposta é estimular e oferecer ao público interno a possibilidade de exercer a cidadania, por meio do trabalho voluntário estruturado. São realizadas visitas periódicas a instituições cadastradas e selecionadas pelo Instituto. Estruturado em 2011, o projeto tem mais de 300 colaboradores cadastrados. Entre as ações estimuladas estão doação de sangue, palestras, recreação, plantio de árvores, mutirões de limpeza e reestruturação de instituições/espços públicos.

Campanhas e Causas Sociais: Visa sensibilizar e engajar o público interno e externo para causas sociais. Desde 2011, as campanhas que já fazem parte do calendário do Instituto são a da Boaço – que arrecadou mais de cinco toneladas de donativos, beneficiando 45 instituições em todo o Brasil – e a de Natal. Aproximadamente 5 mil pessoas são impactadas por ano.

PROGRAMA “SAÚDE DO PLANETA”

A iniciativa busca contribuir para a conscientização política, institucional e comunitária, a fim de minimizar a exploração de recursos naturais, o volume do lixo produzido e os impactos da sociedade no meio ambiente. Esta área engloba dois projetos.

Plantando o Futuro: Participação no Projeto Florestas do Futuro, da Fundação SOS Mata Atlântica. A iniciativa consiste na doação de mudas de espécies nativas da Mata Atlântica para compensar parte das emissões de CO₂ na atmosfera, auxiliando na preservação da biodiversidade do planeta. Desde 2011, já foram doadas 41 mil mudas.

Campanha Uso Consciente: Tem como objetivo a promoção de campanhas de conscientização aos colaboradores da empresa para incentivar a utilização dos 3Rs (reduzir, reutilizar e reciclar). Realizada desde 2010, contribui para a geração de renda e empregos em cooperativas de reciclagens.

PROGRAMA “ESPORTE E QUALIDADE DE VIDA”

A intenção é motivar as pessoas de comunidades de baixa renda, no Distrito Federal, à prática de atividade física. Além disso, busca-se incentivar a prática de esportes por meio de apoio a jovens atletas. Um projeto faz parte deste programa.

Padrinhos do Esporte: Mobiliza atletas que recebem incentivos do Instituto para treinamento e participação em competições. Eles são incentivados a atuar como padrinhos de projetos sociais de cunho esportivo. Atualmente, são beneficiados os atletas Antônio Alves (ultramaratona), Glauber Silva (natação), Elianay Pereira (marcha atlética) e Pedro Maia (jiu-jitsu). 🥋



Não sou cloroquina, nem tubaína

Não sou cloroquina, nem tubaína, sou **oxitocina!** Quero ver o amor entre os amores. De homens, de mulheres, das crianças e daqueles que se equilibram em quatro patas. Assim, me torno #MAISHUMANO. Não sou de direita, nem de esquerda - nem tampouco de centro. Sou de lá e de cá, balanceio em toda a esfera. Nas extremidades, no meio. Sou #MAISHUMANO. Não quero ficar em casa, mas preciso. Não quero sair para trabalhar, mas preciso. Não quero ser do contra, mas não sou contra quem é do contra. E também quero ser contra quem não se contraria, ou simplesmente não tem nada a se contrariar.

Agora... Pare para pensar: quanto #MAISHUMANO você se tornou durante esta pandemia? Quanto você passou a depender menos de alguns supérfluos? Não trago aqui nada sobre maquiagem no rosto, brilho no pneu do carro ou goma no paletó... #MAISHUMANO, de repente, transformou-se em ser mais on-line, ser mais presente, mesmo que virtualmente. Falar com alguém por meio de *hashtags* ou vê-las craqueladas pela instabilidade da sua internet - para a qual você resolveu dar mais atenção, seja no plano de dados ou na posição da câmera que te foca em um melhor cenário para a "Live".

Estar conectado está sendo #MAISHUMANO do que nunca. Beijos se tornaram virtuais. Abraços, só a distância. A internet se tornou algo tão vital quanto o ar que respiramos: a vontade de estar perto minimiza - mas potencializa - a vontade de... estar perto. O perto virou longe, o longe virou perto.

A cada dia deste a.C / d.C - antes da Covid e depois da Covid - você se torna #MAISHUMANO. Passamos a ter mais observância aos aspectos simples da vida e, pasmem, justamente àqueles



MARCIO
ZEPPELINI

que já estavam à nossa disposição... dentro de casa, no seio de nossa família. Pare para pensar! Estamos valorizando mais o que temos, o que somos e o que queremos nos tornar. Reduzimos nossas expectativas, sem abrir mão de nossos sonhos. Sonhamos mais alto, mas agora com os pés mais no chão. E a loucura - sem qualquer necessidade de entorpecentes - torna-se a realidade, mais palpável.

O indesejável aconteceu, e é hora de reconstruir. Mas temos, agora, o poder de decidir O QUE reconstruir. Temos que decidir agora como jogaremos no lixo (sem poluir o mundo) aquilo que não prestava em nossas vidas - e que se tornou ainda mais imprestável.

E, mais importante, como vamos multiplicar nossas virtudes, nossas sabedorias e aquilo que nos dá alegria de viver, aquilo que nos torna #MAISHUMANO.

Tenho certeza que o mundo d.C. será #MAISHUMANO. Mais forte, mais conectado - com ou sem internet. As conexões humanas se tornarão mais intensas quando não estiverem mais com a distância de duas telas de computador ou celular. Valorizemos a energia de cada ser, agora #MAISHUMANO do que nunca. Sem olhar pra crença, pra raça ou pra ideologia. Pois #MAISHUMANO é aquele que estende a mão a quem precisa de ajuda, seja a.C ou d.C.

Sejamos mais fortes, e que cada um se torne #MAISHUMANO a fim de fortalecer toda a humanidade!

Te encontro daqui a pouco, no mundo real! (sim... aquele com abraços afetuosos e beijos calorosos!)

Saudações inspiradoras,
ZEPPA 🌍



FIFE 2020 SERÁ 100% VIRTUAL - CONFIRA A PROGRAMAÇÃO E GARANTA SUA VAGA!

Nos dias 25 a 28 de agosto, acontece o FIFE 2020, de forma inédita, em um formato 100% ON-LINE. Com atividades ao vivo, mais de 90 palestrantes irão abordar temas voltados à gestão do Terceiro Setor, por meio de debates, consultorias coletivas, palestras magnas e salas simultâneas.

O evento, que terá a abertura da Maria Paula falando sobre "O Papel Central da Cultura de Paz no 'novo normal'", terá as palestras internacionais legendadas e garantirá ao público

acesso a todo o conteúdo, já que além de assistir as apresentações ao vivo, também será possível vê-las gravadas.

Para se inscrever e visualizar a programação completa, acesse www.filantropia.org/fifeonline. E atenção: se você já estava inscrito no evento antes da pandemia, sua participação está automaticamente confirmada para o FIFE 2020 e para o FIFE 2021 (presencial).

🌐 *Fonte: Filantropia - www.filantropia.org*

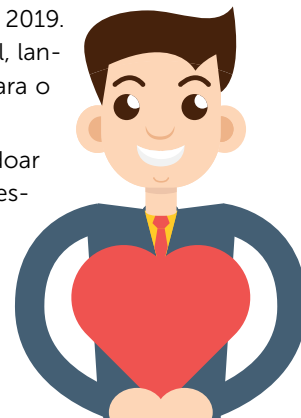
PESQUISA MOSTRA QUE MAIORIA DOS BRASILEIROS FEZ DOAÇÕES EM 2019

Mais de três quartos (78%) dos brasileiros fizeram ao menos uma doação filantrópica em 2019. Esse número faz parte da pesquisa Brasil Giving 2020 – Um retrato da doação no Brasil, lançada em julho pela organização britânica CAF e apresentada no Brasil pelo Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (Idis).

Outro dado interessante revela que mais de metade da população brasileira preferiu doar dinheiro para as organizações da sociedade civil. A pesquisa teve a participação de mil pessoas em todo o país.

Dentre as várias modalidades de doação filantrópica que os brasileiros fizeram no ano passado, também se incluem o voluntariado, doação de alimentos e outras formas de doação direta a pessoas necessitadas, a igrejas ou a OSCs.

🌐 *Fonte: Idis - <https://www.idis.org.br>*



EDITAL DA PORTO SEGURO VISA APOIAR PROJETOS DE INCENTIVO SOCIAL



A Porto Seguro receberá até 30 de agosto, às 23 horas, inscrições para seu edital, que visa apoiar projetos que tenham como meta contribuir com o desenvolvimento das regiões onde a empresa atua.

Serão selecionados apenas projetos incentivados por legislações específicas (Fumcad, Condeca, Pronas, Pronon e Lei do Idoso) e que promovam o desenvolvimento intelectual e socioambiental, a melhoria da qualidade de vida, a disseminação e aplicação dos direitos humanos e a educação.

Para participar da seleção, os projetos devem ser do estado de São Paulo e enquadrar-se em um dos seguintes segmentos: educação socioambiental, cidade, saúde e prevenção, e capacitação profissional inclusiva. Além disso, serão avaliadas a criatividade e objetividade do projeto, se há métodos de acompanhamento e de medição de resultados, e se são viáveis e têm compatibilidade entre custos e benefícios.

🌐 Mais informações em <https://www.portoseguro.com.br/institucional/patrocinio/incentivo-social>

Fonte: Porto Seguro - <https://www.portoseguro.com.br>

CAMPANHA ARRECADA DOAÇÕES A ONGS CEARENSES

O Movimento Ceará ComVida, articulação que reúne instituições sem fins lucrativos e empresas com larga atuação no Terceiro Setor, lançou a campanha “Juntos pelas ONGs”.

A iniciativa visa arrecadar doações destinadas a ONGs cearenses que neste momento estão voltando suas atividades para socorrer comunidades vulneráveis, afetadas pelos efeitos da pandemia do coronavírus. A situação levou à queda da arrecadação de doações, comprometendo muitos serviços e atendimentos.

Neste primeiro momento, foram selecionadas 12 organizações sem fins lucrativos: Associação Nossa Casa,

Associação Voar, Casa de Vovó Dedé, Estação da Luz, GEEON (Grupo de Educação e Estudos Oncológicos), Instituto Beatriz e Lauro Fiúza (IBLF), Instituto Povo do Mar (IPOM), Integrasol, Lar Beneficente Clara de Assis, Associação O Semeador, Recanto Sagrado Coração e Tapera das Artes.

As doações podem ser feitas através da plataforma de financiamento coletivo, disponível no site www.cearacomvida.org.

🌐 Fonte: Movimento Ceará ComVida - <http://cearacomvida.org/>



PLATAFORMA GRANTLAB PROMOVE A PRÁTICA DE GRANTMAKING

O Grupo de Institutos Fundações e Empresas (Gife) lançou a plataforma GrantLab, iniciativa que visa promover a prática de *grantmaking* no país a partir da ampliação de conhecimentos sobre o tema no universo do investimento social privado (ISP) brasileiro.

O site compartilha conhecimento prático sobre *grantmaking*, voltado principalmente para fundadores, conselheiros, diretores e equipes executivas de organizações financiadoras (fundações, institutos, fundos filantrópicos e empresas).

A plataforma conta com o apoio de Instituto Clima e Sociedade (iCS), Instituto Humanize e Instituto Sicoob. Também participam da iniciativa organizações integrantes da Rede Temática (RT) de *Grantmaking*.

A missão do GrantLab é apoiar o desenvolvimento de um investimento social privado brasileiro mais doador, numa ação em conjunto com a RT de *Grantmaking*, contribuindo para o fortalecimento da sociedade civil, de instituições e espaços de interesse público e do tecido democrático no país.

🌐 Fonte: Gife - <https://gife.org.br/>



PESSOA IDOSA OU COM DEFICIÊNCIA PODERÁ TER ACESSO A AUXÍLIO-CUIDADOR

Em análise na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei 3022/2020 pretende criar um auxílio-cuidador para pessoas idosas ou com deficiência que precisam de cuidados de terceiros no dia a dia, com o objetivo de garantir recursos financeiros para a contratação de cuidadores.

O benefício proposto é de um salário mínimo mensal e o critério para recebimento será o teto máximo de renda de até quatro salários mínimos.

O responsável por pedir o auxílio-cuidador deve ser a própria pessoa com deficiência, pessoa idosa, aposentada por invalidez ou o responsável legal.

O benefício poderá ser solicitado até pelas pessoas que já recebem o Benefício da Prestação Continuada (BPC) ou as que estão aposentadas por invalidez e recebem o adicional de 25% sobre o valor da aposentadoria.

A proposta é das deputadas federais Maria do Rosário (PT-RS) e Rejane Dias (PT-PI).

🌐 Fonte: Agência Câmara - <https://www.camara.leg.br/>

MAIORIA DAS OSCS NO PAÍS PREVÊ DIMINUIÇÃO DE RECURSOS ESTE ANO



Embora as organizações da sociedade civil venham desempenhando papel de destaque no combate à Covid-19 no país, a maioria delas está sofrendo com a diminuição de recursos para se manter. A situação é tão ruim que uma em cada cinco já declara estar sem fundos para continuar operando.

A revelação é de um estudo coordenado pelas consultorias Mobiliza e Reos Partners e cofinanciado pela Fundação Tide Setúbal, Fundação Laudes, Instituto ACP, Instituto Humanize, Instituto Ibirapitanga, Instituto Sabin e Ambev.

A iniciativa conta ainda com parceria técnica da Move Social e de um Comitê Estratégico voluntário, que apoia nas articulações do projeto e na análise dos dados, formado por ABCR, Arredondar, Gife, Move Social, Nossa Causa, Ponte a Ponte, Prosas e Rede de Filantropia pela Justiça Social, além da Rede Filantropia, responsável por editar a revista Filantropia. Também voluntária, a Because faz a identidade visual e os materiais de comunicação.

A pesquisa traz respostas de 1.760 representantes de organizações em todas as regiões do país, a partir de formulários aplicados entre 18 e 31 de maio. O estudo combinou a metodologia quantitativa, por meio de questionário on-line enviado por e-mail e divulgado amplamente nas redes sociais, com 15 entrevistas qualitativas para aprofundar a compreensão dos dados.

Dos respondentes, 87% relataram ter todas ou parte de suas atividades principais interrompidas ou suspensas por conta

da crise. Ainda segundo o estudo, 73% das OSCs relatam que a crise as enfraqueceu muito (36%) ou parcialmente (37%). Chama a atenção entre os dados levantados que, mesmo com as restrições financeiras, até o final do ano, a grande maioria das organizações respondentes (87%) prevê continuar as atividades, com grandes (58%), pequenas (24%) ou sem significativa (5%) mudança.

Entre os impactos negativos da pandemia, além da diminuição da captação de recursos (73%), os respondentes também indicaram o distanciamento e dificuldade de comunicação com os públicos atendidos (55%), a diminuição de voluntários ativos (44%) e o estresse e sobrecarga das equipes (40%) como principais pontos.

A pesquisa também perguntou quais foram os impactos positivos da crise: 53% responderam que tiveram aceleração do uso de ferramentas digitais para o trabalho e 40% indicaram mais engajamento e envolvimento da equipe.

Apesar do cenário complexo, 42% dos respondentes esperam que a cultura de doação deva crescer no país, mas com foco em assistência social e saúde, e apenas 6% indica uma tendência de encerrar as atividades até o final do ano, o que demonstra um otimismo por parte das OSCs participantes.

Para se manterem, as necessidades principais indicadas pelos respondentes são recursos para manter seus custos operacionais (69%) e engajamento da sociedade para manter e apoiar suas ações (46%).

🌐 Fontes: Mobiliza e Reos Partners – <http://mobilizaconsultoria.com.br> e <https://reospartners.com/pt-br/>



DEPUTADOS FEDERAIS APROVAM REGRAS QUE FLEXIBILIZAM SORTEIOS FILANTRÓPICOS

Foi aprovado em junho, na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei de Conversão nº 16/2020 (referente à MP 923/2020) que flexibiliza os sorteios filantrópicos e amplia as possibilidades para as organizações da sociedade civil.

A MP recebeu várias emendas, com destaque para as contribuições da senadora Mara Gabrilli (PSDB-SP) e do deputado Eduardo Barbosa (PSDB-MG).

O relator da MP, deputado Fernando Monteiro (PP-PE), apresentou proposta de substitutivo, aprovada pela Câmara com as seguintes alterações que interessam às organizações:

- Possibilidade de realizar sorteios filantrópicos sem necessidade de solicitação de autorização, quando o valor do prêmio não ultrapassar R\$ 10 mil.

- Fim do limite legal de um único sorteio por ano, com a decisão da quantidade de sorteios sendo transferida para regulamentação infralegal (ou seja, depois de aprovada a lei, por instrumento do Poder Executivo).

- Adequação dos dispositivos da Lei nº 5.768/1971 aos termos da lei 13.019/2014.

De forma geral, as medidas propostas pelo deputado Fernando Monteiro para os sorteios filantrópicos foram positivas. A única exceção foi não ter encaminhado o dispositivo, previsto na proposta de emenda da senadora Mara Gabrilli, de acabar com a cobrança de taxa para os sorteios filantrópicos.

🌐 Fonte: ABCR - <https://captadores.org.br/>

FUNDO VOLTADO A MENINAS E MULHERES JOVENS APOIA GRUPOS ATIVISTAS COM ATÉ R\$ 25 MIL

O Fundo Global de Resiliência para Meninas e Mulheres Jovens, que apoia grupos ativistas – incluindo jovens trans, agênero e intersexuais – está com inscrições abertas durante o período da pandemia do novo coronavírus. As doações podem chegar até US\$ 5 mil (em torno de R\$ 25 mil).

Para obter recursos do Fundo será necessário já ter recebido apoio financeiro de outras organizações, como Fundação Ford, Plan ou Unicef. Os grupos devem ser liderados por meninas e/ou mulheres jovens com menos de 35 anos para poderem se inscrever.

No momento, não há um prazo definido de limite para envio de pedidos de financiamento.

🌐 Todas as informações estão disponíveis, em inglês, francês, espanhol e árabe, em <https://www.theglobalresiliencefund.org/>

Fonte: ABCR - <https://captadores.org.br/>

Tem sempre aquele curso bacana. Mas, ou é longe ou não te sobra tempo?

Nós te ouvimos e criamos as vídeo-aulas
com exclusividade para os Integrantes da **Rede Filantropia***



VÍDEO-AULAS **FILANTROPIA**

Aulas direto ao ponto, divididas em módulos de **curta duração**.
Assista quando e onde quiser a diversos temas do Terceiro Setor.

*Exclusividade dos Integrantes Prata, Ouro e Platina

Todos os cursos apresentados nessa edição serão feitos de forma online

FIFE

ONLINE

2020



FÓRUM INTERAMERICANO DE FILANTROPIA ESTRATÉGICA 2020

O maior evento sobre gestão para o Terceiro Setor terá uma edição 100% on-line em agosto. Serão quatro dias de palestras e debates sobre os principais temas que norteiam a gestão das OSCs, com palestrantes nacionais e internacionais, e participantes de todo o país.

O Fórum Interamericano de Filantropia Estratégica - FIFE - foi idealizado e é realizado pela Rede Filantropia desde 2014. Seu objetivo é abordar os principais e mais atuais temas da gestão do Terceiro Setor, incluindo aspectos da legislação, contabilidade, comunicação e marketing, tecnologia, voluntariado, captação de recursos, administração, entre outros. Além de reunir diversos palestrantes, os participantes têm a oportunidade de aumentar sua rede de parcerias.

Público-alvo: Captadores de recursos e gestores de organizações sem fins lucrativos; profissionais e/ou interessados em Contabilidade, Comunicação, Legislação, Voluntariado, Assistência Social, Tecnologia e Sustentabilidade do Terceiro Setor.

Data: 25 a 28 de agosto de 2020, das 9h às 18h

GESTÃO E FATURAMENTO HOSPITALAR PELAS REGRAS DO SIH/SUS

O objetivo deste treinamento é capacitar os profissionais na área da saúde sobre itens que fazem parte do prontuário, preenchimentos dos registros dentro do Sistema SUS e como lidar de forma clara e objetiva com os dados.

Também serão abordados os procedimentos com melhor indicação para registro nas AIHs, respeitando os aspectos técnicos e éticos, com todas as suas características, a fim de aprimorar as informações entregues pelas instituições.

Além disso, o objetivo é qualificar a informação em saúde, reforçar a importância da integração dos sistemas e orientar quanto às regras e críticas do SIH/SUS e demais sistemas, auxiliando o faturamento, corpo clínico, auditoria, TI e diretoria, através de relatórios gerenciais específicos para cada demanda.

Público-alvo: Lideranças das equipes (coordenadores, gerentes, diretores); profissionais de saúde da área de gestão hospitalar; profissionais que trabalham com faturamento; administradores, gestores, técnicos administrativos de hospitais e clínicas que atuam com o SUS.

Data: 31 de agosto de 2020, das 13h às 17h

Palestrante: João Batista Vieira Otarã

PRONON E PRONAS/PCD - ELABORAÇÃO DE PROJETOS

Este curso abordará como utilizar de forma efetiva os novos incentivos fiscais de saúde – Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica e Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência.

O treinamento dará respostas muito além das portarias e manuais publicados pelo Ministério da Saúde para aumentar suas chances de aprovação de um projeto, tais como responder as diligências, responder a cada uma das questões do formulário do projeto e como fazer um orçamento irrefutável.

Público-alvo: Lideranças das equipes (coordenadores, gerentes, diretores); profissionais de Recursos Humanos, Departamento Pessoal e Departamento Jurídico; diretoria estatutária de organizações sociais; empreendedores sociais e captadores de recursos.

Data: 17 de agosto de 2020, das 13h às 17h

Palestrante: Suellen Moreira



STORYTELLING COMUNICAÇÃO E CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Este curso tem o objetivo de dar referências sobre a utilização de storytelling nas práticas de comunicação e captação de recursos do Terceiro Setor.

Esta ferramenta auxilia iniciativas a conquistar adeptos e a captar recursos, porque proporciona diferenciação, e a atrair e engajar públicos utilizando a capacidade que a narrativa tem de aproximar a partir de experiências vividas. No Terceiro Setor, o storytelling pode ser aplicado de maneiras múltiplas, criativas e baratas, trabalhando a partir de histórias da marca e de seus stakeholders.

O treinamento irá preparar os participantes para contar histórias sobre sua causa, ações e planos de forma a conduzir as pessoas à acreditação das ações da instituição. No curso ainda serão vivenciadas situações de captação de recursos, lançamento de campanhas, formação de parcerias e muitas outras em que é preciso motivar verdadeiramente o público.

Público-alvo: Captadores de recursos e gestores de organizações sem fins lucrativos; gestores de empresas responsáveis por decidir pelo direcionamento de recursos.

Data: 19 de agosto de 2020, das 13h às 17h

Palestrante: Fabiana Dias

GOOGLE ADS E GOOGLE GRANTS E O QUE ELES PODEM FAZER PELA COMUNICAÇÃO DA SUA ORGANIZAÇÃO

Tanto o Google Ads quanto sua versão gratuita – Google Grants – existem faz tempo. Porém, quando o assunto é o uso dessas duas ferramentas em organizações do Terceiro Setor, a prática parece insuficiente. O problema é que ainda faltam profissionais capacitados para operar essas ferramentas e trazer resultados reais.

A proposta deste treinamento é simplificar todo o processo, indo do básico ao avançado, de forma a agregar tanto iniciantes como aqueles que já conhecem as duas ferramentas há algum tempo.

Serão duas aulas com exemplos práticos para trabalhar com as ferramentas, fazendo um paralelo das oportunidades das duas versões.

Público-alvo: Profissionais de Marketing Digital; profissionais de Comunicação; captadores de recursos.

Data: 20 de agosto e 02 de setembro de 2020, das 13h às 17h

Palestrante: Amarildo Clemente



NÃO PERCA!

OUTROS CURSOS EM SETEMBRO

03/09	Organização Social (OS) e os contratos de gestão
08/09	Captação de recursos via Internet
14/09	Comunicação e marketing para projetos sociais
16/09	Estruturação da área de captação institucional e seus ciclos
21/09	Aspectos jurídicos e administrativos importantes para o desenvolvimento de sua instituição
22/09	Normas contábeis e demonstrações aplicáveis às organizações sem fins lucrativos
23/09	Cebas na prática - Montando a prestação de contas na área da Saúde
24/09	Cebas na prática - Montando a prestação de contas na área de Assistência Social
29/09	Captação de Recursos - Módulo 2 (Gratuito)
29/09	Tribunais de contas e parcerias com o Terceiro Setor [sob a ótica do Marco Regulatório]

Informações e inscrições:
www.filantropia.org



CARA A CARA

Como obter sucesso na captação de recursos com visitas pessoais

Existem várias maneiras de convencer alguém a fazer ou deixar de fazer alguma coisa. Tentamos convencer pessoas o tempo todo. Mude de banco porque o meu é melhor. Inicie um regime e faça, também, exercícios físicos, pois será melhor para a sua vida. E por aí vai.



MICHEL
FRELLER

Normalmente acessamos pessoas próximas que dificilmente vão mudar de ideia, pois elas, muitas vezes, nem pediram o nosso conselho.

Captar recursos para causas diversas faz parte deste mesmo tema. Ninguém te pediu uma dica sobre para qual organização ou causa doar. Você é que acha que a sua

causa é muito legal e que seu amigo ou conhecido tem recursos suficientes para um apoio.

Mandamos e-mails, mensagens no WhatsApp, pedimos doações em festas e mesmo em elevadores, porém, os resultados serão insatisfatórios caso não utilizemos técnicas de mudança de comportamento ou que envolvam muita emoção, como alguns anúncios na televisão (por exemplo, a campanha do Médicos Sem Fronteiras na TV levantou mais de 400 mil doadores).

Como a maioria das organizações da sociedade civil (OSCs) tem poucos recursos para investir em captação junto ao público em geral, seja por meio de telemarketing, mala direta, anúncios televisivos ou Face to Face (na rua), a estratégia com melhor custo-benefício tem sido: entrar em contato com amigos e conhecidos e solicitar um valor mensal para a causa defendida. Caso tenhamos mais tempo para captar, um pequeno capital para investir e necessidades financeiras modestas, outra boa estratégia é a captação on-line (no longo prazo, pode trazer recursos importantes).

Vamos focar na estratégia de visitas pessoais para médias e grandes doações (entre 6 e 50 mil reais por ano), pois é mais rápida, com investimento menor que outras estratégias e traz valores importantes para as OSCs e bom custo-benefício. Existem várias formas de implementar esta estratégia e vamos descrever a que temos utilizado nos últimos anos com bastante sucesso.

Iniciamos listando as pessoas que conhecemos ou com quem temos algum relacionamento. Vamos envolver diretoria, conselho, familiares e amigos para fazer uma lista com nomes que tenham a capacidade financeira que necessitamos. Idealmente uma lista com 100 a 200 nomes. Podemos incrementar esta lista por meio de pesquisa de pessoas e empresas que aportam recursos para a nossa causa ou região.

Estes contatos irão para uma base de dados onde, além dos nomes, fones e e-mails, iremos coletar mais dados que facilitem a captação. Nome e cargo na empresa, quem irá pedir o encontro e quem fará a solicitação. Neste sistema, vamos monitorar todo o relacionamento com essa pessoa, e-mails trocados, telefonemas e visitas realizadas. Esses sistemas são chamados de CRM (*Customer Relationship Management*), Gestão de Relacionamento de Clientes, que adaptamos para a captação de recursos. Esses sistemas também devem ter um sistema de funil de vendas em que vamos progredindo com os contatos de *suspects* para *prospects*, até chegarmos ao doador. Se não for possível contar com um CRM, uma planilha Excel pode ser construída.

Como, então, chegar ao doador a partir de um *suspect* (conhecido ou não que queremos convencer para a nossa causa)?

PASSO 1

Recomendamos iniciar enviando um e-mail ou mensagem no WhatsApp solicitando um encontro pessoal e apresentando um breve resumo sobre a nossa causa ou projeto. Caso seja um e-mail, deve ter o tamanho de uma tela de computador, para que

não seja necessário rolar a tela, facilitando a leitura. Idealmente em HTML e com uma imagem forte. Queremos um e-mail que impacte desde o primeiro contato e que seja diferente dos 300 e-mails que recebemos diariamente. Enviamos também o link do nosso site para a pessoa clicar, caso tenha interesse em saber mais antes de marcar um encontro. Evitamos enviar anexos e vídeos por diversos motivos:

1. Precisamos ter materiais de impacto para quando conseguirmos o encontro, e o vídeo é muito bom para isso. Se enviamos antes, perdemos a oportunidade de emocionar ao vivo, na nossa frente.
2. Dificilmente anexos serão abertos e, quando o forem, não sabemos se serão bem entendidos.
3. Pedir recursos por e-mail, com uma apresentação anexa, que normalmente contém cotas, contrapartidas e valores solicitados, torna mais fácil para o *prospect* dizer não (especialmente se forem amigos).

PASSO 2

Enviamos 10 e-mails a cada vez e após 36 a 48 horas ligamos para saber da possibilidade de um encontro pessoal. Deveremos ter de 15 a 20% de sucesso no agendamento de visitas, dependendo muito do tipo de relacionamento que já temos com os prováveis doadores.

PASSO 3

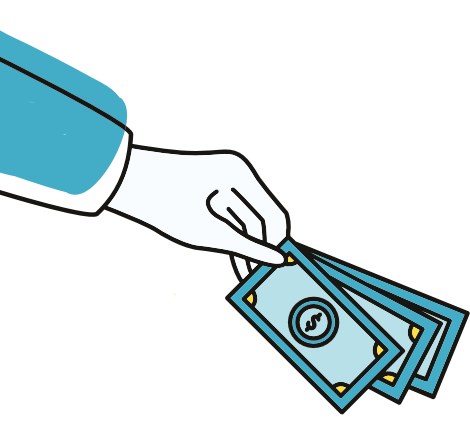
O primeiro encontro. Ele já foi preparado no início do planejamento. Vamos precisar de materiais para apresentar. Eles podem ou não ser impressos. Recomendamos uma apresentação do tipo PowerPoint (máximo de 15 slides) que inclua um vídeo de 90 segundos. Atualmente utilizamos menos o material impresso, porém, se o fizerem, que seja impactante e de formato diverso do A4. Caso o projeto tenha incentivos fiscais, deveremos ter uma página/slide explicando o mecanismo para as doações com incentivo. Evitem falar demais da organização, do seu passado e de detalhes sobre a atuação. Mostrem resultados já alcançados ou que serão conquistados com os recursos aportados com a doação solicitada.

Recomendamos que esta primeira visita seja realizada por duas pessoas bem entrosadas e que tenham praticado a apresentação várias vezes previamente ao primeiro encontro. A pitada de emoção será muito importante, bem como a fala mais técnica sobre o projeto ou a causa. Por isso, em duas pessoas este jogo entre emoção e razão fica melhor.

Dificilmente a decisão do aporte financeiro irá acontecer no primeiro encontro. Vamos, então, para o passo 4, que é monitorar e cobrar a resposta. Possivelmente outros encontros serão necessários, principalmente se estivermos captando recursos empresariais. Vamos nos colocar à disposição para tal.

Esperamos que com esta técnica vocês consigam pelo menos 30% de sucesso nos encontros realizados. Boa sorte! 🍀

ESPECIAL



NOVE EM
CADA DEZ BRASILEIROS

FIZERAM DOAÇÕES

OU REALIZARAM TRABALHOS
VOLUNTÁRIOS DURANTE A PANDEMIA

Pesquisa da Rede Filantropia revela que, mesmo em tempos difíceis como o atual, as pessoas continuam destinando recursos e tempo a ONGs e causas sociais



Que o povo brasileiro é solidário, todo mundo já sabe. Isso fica claro principalmente em episódios como catástrofes naturais e tragédias provocadas por negligência ou erro humano – quando doações em dinheiro, alimentos, roupas e produtos são enviados de todo o país.

Este movimento agora é mais uma vez confirmado, durante a pandemia do novo coronavírus, de acordo com a pesquisa “**Eu ajudo, Tu ajudas, Todos ajudam!**”, em que a Rede

Filantropia ouviu a opinião de 450 pessoas com mais de 18 anos de todos os Estados, e até residentes em outros países, na tentativa de entender o quanto e como nos solidarizamos em tempos difíceis.

Segundo o levantamento, aplicado por meio de 19 questões de múltipla escolha, a partir de formulário gerado no Google Docs, 89,8% dos entrevistados assinalaram ter feito, durante a pandemia e o isolamento social, doações em dinheiro, roupas, alimentos, medicamentos e até tempo em trabalhos voluntários.



Nove em cada dez

brasileiros fizeram doações ou realizaram trabalhos voluntários durante a pandemia.



A maioria (**41,6%**) o fez de duas a quatro vezes por ano; **35,6%** doaram somente uma vez por mês; e **13,1%** optaram por fazer uma doação única até o momento.



89,8% fizeram doações em dinheiro, roupas, alimentos, medicamentos e até tempo em trabalhos voluntários.

Desse total, **20,7%** realizaram ambas as ações: doação e trabalho voluntário.



Em relação ao volume de doações em espécie, a pesquisa mostrou um volume de doações maior, **na faixa entre R\$ 50 e 200**, em comparação ao que se fazia antes da pandemia.



64,9% se consideraram **mais solidários e perceptivos** a questões humanitárias como fome, saúde e renda básica, e da mesma forma sobre questões ambientais, políticas públicas e questões globais.

Mesmo quando a pandemia terminar e chegarmos ao “novo normal”, as doações deverão **continuar ocorrendo periodicamente**, conforme apontaram **77,3%** dos participantes. De outro lado, **18,2%**, pretendem aumentar a quantidade de doações e horas voluntárias. 🌐



O CORONAVÍRUS NA CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Tenho uma dúvida: quando você estiver lendo este artigo, será que já teremos superado a crise gerada pelo coronavírus, ou ela ainda estará nos afetando de forma significativa?

Essa resposta eu não vou saber – mas espero que seja sim. Independentemente disso, tem uma coisa de que eu tenho certeza: a captação de recursos no Brasil nunca mais será a mesma.

Se, como eu, você prestou atenção em tudo o que aconteceu no país nesses últimos meses, percebeu várias novidades na forma como as pessoas doam para as organizações da sociedade civil.

A principal delas foram as *lives* musicais e artísticas. As maiores *lives* do país exibiram códigos QR (QR Codes) nos quais era só apontar a câmera do celular para ser direcionado a um aplicativo, intermediando a doação para organizações que tinham iniciativas de combate aos efeitos do coronavírus. Foram milhões de reais em doações, com milhões de pessoas doando por todos os cantos do país.

Outros tantos milhões foram captados pela internet, em campanhas de financiamento coletivo, nas mais de dez plataformas existentes atualmente. E eu, que acompanhei mais de



JOÃO PAULO VERGUEIRO

duzentas dessas campanhas, vi os números das doações e doadores crescerem dia após dia, sem parar.

Seja por meio de uma *live*, com código QR, ou por uma campanha na internet, não é exagero algum imaginar que a maioria desses doadores e doadoras tenha contribuído pela primeira vez com uma ONG, o que também foi outro resultado fantástico.

Fora da internet, a doação também foi destaque.

O Monitor das Doações COVID-19, iniciativa que lideramos pela ABCR, como parte da nossa atuação no Movimento por uma Cultura de Doação, mostrou que bilhões de reais foram doados em todo o país para iniciativas de combate ao coronavírus, com a maioria expressiva desse dinheiro vindo das empresas.

Apesar de terem muita capacidade financeira, empresas não são doadoras tão tradicionais como indivíduos, que no Brasil e em todo o mundo, doam de forma mais recorrente e em volume total muito maior. Mas, em uma emergência, como dispõem de mais recursos imediatos, as empresas podem fazer a diferença. E foi isso que vimos aqui: uma quantidade inédita de recursos mobilizados em doações, com as empresas fazendo parceria com organizações da sociedade civil em todo o país.

João Paulo Vergueiro é diretor executivo da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR) e professor de responsabilidade social empresarial da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP).



De uma hora para outra, passamos a ter milhões de pessoas mais próximas das organizações da sociedade civil, dispostas a doar e efetivamente fazendo isso

Além disso, a solidariedade esteve na linha de frente da cobertura da imprensa. O jornal Valor Econômico deu como manchete principal o valor total doado no Brasil quando ainda não tinha alcançado nem dois bilhões e meio de reais. E a revista Época colocou a doação como destaque da semana, quando chegamos a 3 bilhões de reais, valor que, no final das contas, acabou sendo muito maior. E foram vários outros destaques na mídia no país.

Qual o impacto disso para a captação de recursos? Simplesmente transformador.

De uma hora para outra, passamos a ter milhões de pessoas mais próximas das organizações da sociedade civil, dispostas a doar e efetivamente fazendo isso. Com um trabalho bem feito e dedicado, as instituições podem construir um relacionamento de longo prazo com essas pessoas, tornando-as doadoras recorrentes e alavancando a sua própria receita.

Além disso, todos estão mais conectados agora. A doação via código QR não é mais desconhecida de ninguém (ela já existia antes, bem como as *lives* filantrópicas), a tecnologia se disseminou e as pessoas sabem como usá-la. Como um código

QR nada mais é que um endereço de internet, em formato de imagem, ele pode levar a qualquer página, inclusive à página de doações da sua organização – o doador não precisa sequer ter um aplicativo em seu celular.

Outro fator importante é que estamos perdendo a vergonha de pedir doações. Sim, essa vergonha existe. Muitas instituições, e suas lideranças, têm certo pudor em se expor pedindo doações para a organização.

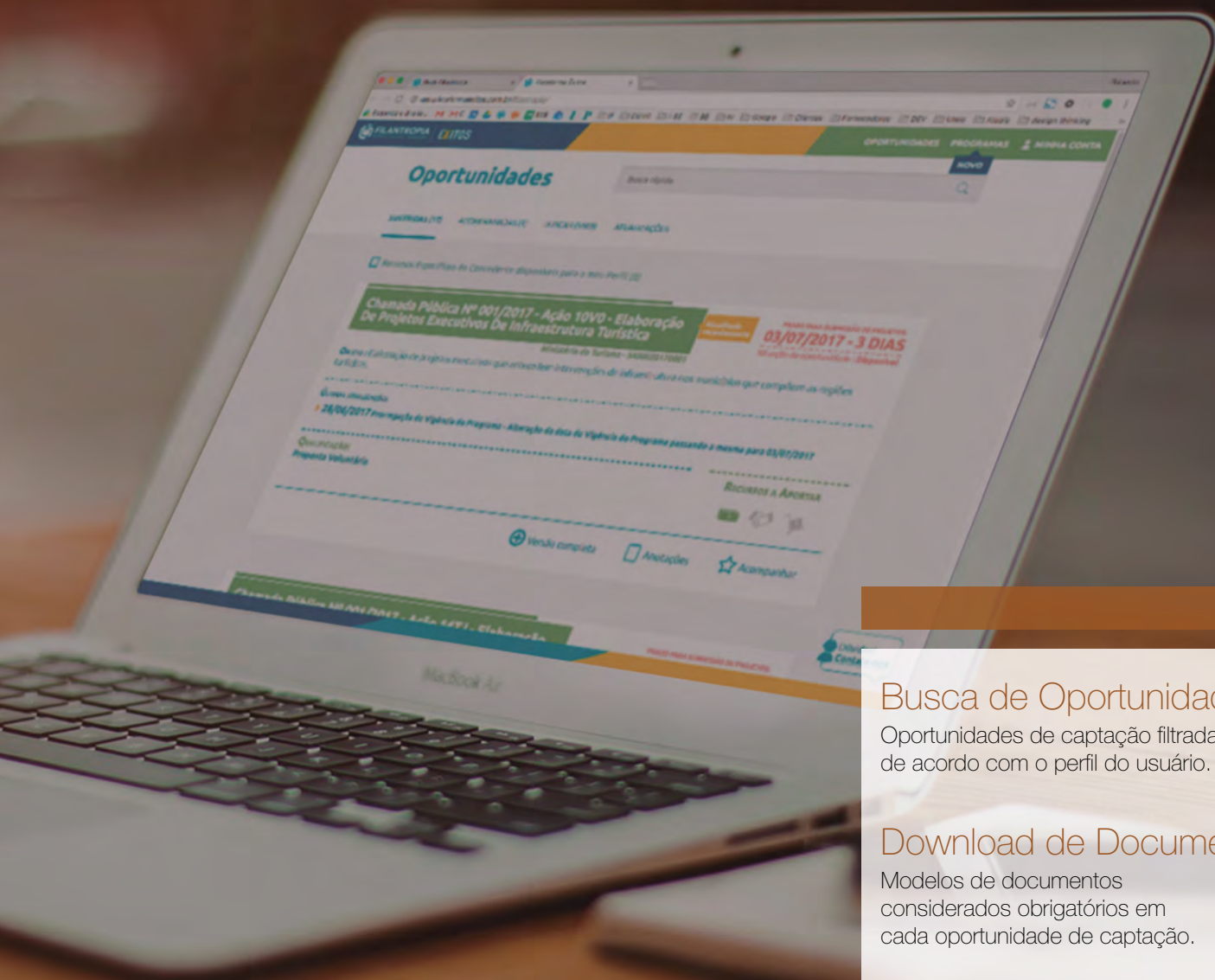
O sucesso das captações realizadas em todo o país nesses últimos meses mostra que quem está pedindo, de forma estruturada e séria, e tem uma boa base de apoio na divulgação, está recebendo doações. Está provado que não tem por que não investir em captação de recursos.

De fato, estamos todos vivendo em um novo mundo, que mexe com a nossa vida de forma indiscriminada.

Para mim, isso é uma oportunidade. É um momento de mudança que podemos aproveitar para alavancar nosso relacionamento com a comunidade e com os doadores, ampliando a sustentabilidade financeira da organização. Eu não deixaria um momento desse passar batido se fosse você. 🌐

Editais Filantropia / Plataforma Êxitos

Oportunidades de **Captação de Recursos**
para sua organização.



Busca de Oportunidades

Oportunidades de captação filtradas de acordo com o perfil do usuário.

Download de Documentos

Modelos de documentos considerados obrigatórios em cada oportunidade de captação.

Checklist

Documentos necessários para cada tipo de oportunidade de captação.

Treinamento e Suporte

Central de suporte para esclarecimento de dúvidas.



FILANTROPIA

INFORMAÇÃO • CAPACITAÇÃO • DESENVOLVIMENTO

www.filantropia.org/editais

TECNOLOGIA
ÊXITOS

A REINVENÇÃO DA GESTÃO DE PROJETOS





EDSON
MARINHO

A extensão das perdas econômicas e sociais como consequência da atual pandemia do coronavírus ainda não está clara. O que sabemos é que a vida vai seguir, que o conceito de normalidade será radicalmente modificado, e que os dedicados profissionais do Terceiro Setor continuarão seu trabalho humanitário e de desenvolvimento social. Mas o que mudará no dia a dia destes profissionais? Como os projetos que gerenciam serão afetados? Mesmo antes de entendermos os desdobramentos dos eventos atuais, mudanças já estão ocorrendo na forma que projetos são gerenciados.

Quase a totalidade dos projetos sociais e humanitários são executados em parceria com organizações sociais locais, de base comunitária, mas gerenciados por profissionais baseados em escritórios centrais de organizações não governamentais nacionais ou internacionais. Na medida em que aumenta a distância entre os gerentes de projetos e as comunidades onde de fato as atividades ocorrem, em virtude do isolamento social e das restrições de viagens, surgem perguntas como: a comunidade e parceiros dispõem das ferramentas e mecanismos necessários para gerenciar e implementar os projetos? Como poderemos continuar apoiando seu trabalho remotamente?



PROJETOS DE DESENVOLVIMENTO X PROJETOS HUMANITÁRIOS

Nos últimos anos, especialistas e organizações vêm discutindo como os projetos de ajuda humanitária que respondem a emergências em países em conflito e crises ambientais, políticas e econômicas, poderiam progressivamente se tornar iniciativas de desenvolvimento social de médio e longo prazo.

Projetos humanitários, em um primeiro momento, respondem a necessidades básicas como alimentação, acesso à água, saúde, e proteção/moradia, em um ambiente de mudanças constantes e imprevisíveis. Além do pouco tempo para identificar estas necessidades, os ciclos de planejamento e adaptação são muito mais curtos do que em um projeto de desenvolvimento. O apoio técnico (gestão do projeto) fornecido pelas organizações nacionais e internacionais é prestado remotamente ou com visitas rápidas para acompanhamento in loco.

Uma vez que o conflito é reduzido ou o estado de emergência começa a se estabilizar, estas iniciativas precisam migrar para

uma intervenção que crie condições de desenvolvimento das comunidades e restabeleça a antiga normalidade. Nesta transição, gerentes de projetos humanitários buscam as técnicas, metodologias e a experiência de projetos de desenvolvimento social de longo prazo.

O conceito de normal ou normalidade está mudando, em todo o mundo e em todos os contextos. Agora são os gerentes de projetos de desenvolvimento que precisam aprender com a experiência dos projetos humanitários em como lidar com a imprevisibilidade e a necessidade de mudanças rápidas. Mesmo almejando mudanças que só podem ser alcançadas no médio e longo prazo, os projetos de desenvolvimento precisam ser executados com processos semelhantes aos de uma situação de conflito ou emergência, fracionando as ações em intervenções muito mais curtas, ágeis, adaptáveis, e com base em um apoio técnico remoto e intermitente.

Edson Marinho é Diretor Executivo do PM4NGOs e fundador da Teoria da Prática. Formado em Relações Internacionais pela Estácio-FIR, possui MBA em Gestão de Projetos pela Unipê, especialização em Educação à Distância pelo SENAC e certificação nas metodologias PMD Pro e PgMD Pro.



IMPREVISIBILIDADE E RESILIÊNCIA

Uma das disciplinas mais importantes na gestão de projetos humanitários ou de desenvolvimento é o gerenciamento de riscos. São identificados e avaliados riscos que podem afetar uma atividade, um conjunto de atividades e seus resultados, ou o projeto como um todo.

Dentre as várias categorias existentes, os riscos podem ser classificados como de natureza econômica, política, técnica, estratégica, ou ambiental. Riscos técnicos, por exemplo, podem afetar um conjunto de atividades, enquanto políticos e ambientais podem inviabilizar resultados ou o projeto como um todo.

Mas, mesmo um risco que impacte na viabilidade de todo o projeto, possui uma abrangência de impacto e uma duração limitadas, afetando um projeto (ou alguns), em um único local (ou poucos). Talvez apenas a equipe deste projeto específico seja afetada.

Tomando como exemplo um risco econômico de alto impacto, como a flutuação cambial, um projeto que recebe financiamento do exterior pode ter suas atividades reduzidas ou canceladas parcialmente, porque os recursos financeiros disponíveis foram reduzidos durante uma queda na cotação da moeda estrangeira. Mesmo que esta queda seja de longo prazo ou permanente, inviabilizando o projeto, apenas este projeto e outros que dependem de recursos do exterior serão afetados. Há ainda alternativas de resposta a este risco que podem reduzir seu impacto, como diversificar as fontes de recursos do projeto (nacionais e internacionais) ou negociar com o parceiro financiador um orçamento flexível de acordo com a taxa de câmbio.

Não há negociação com uma pandemia global. A crise que enfrentamos mostrou que um risco (que não foi previsto) é capaz de afetar todos os projetos, em todos os locais, e desestruturar o funcionamento de todas as equipes – agentes comunitários, parceiros locais, representantes governamentais em todos os níveis, equipes de suporte, e gerentes de projetos. Percebe-se ainda uma outra característica marcante da atual crise: a duração do risco e de seus efeitos.

A adaptabilidade ou flexibilidade do orçamento, escopo, e tempo dos projetos neste novo cenário pós COVID-19 deverá ser maior e mais ágil. Não apenas os projetos mas também as equipes precisam ter uma nova e fortalecida resiliência, sendo capazes de resistir sob pressão durante um período muito mais longo, e com efeitos muito mais abrangentes e duradouros.



CAPACIDADES LOCAIS

Em artigo na Revista Filantropia nº 85 (Profissionalização da Gestão de Projetos Sociais: Muito Além do Fortalecimento Organizacional), foi evidenciada a necessidade de fortalecer a capacidade técnica dos profissionais do Terceiro Setor na gestão de projetos, com o objetivo de desenvolver uma linguagem comum que conecte os gerentes de projetos, muitas vezes remotos, e as equipes de implementação dos projetos, com atuação local.

Está cada vez mais claro que apenas os parceiros locais e a própria comunidade serão capazes de alcançar aqueles em necessidade e, como já ocorria antes, provocar as mudanças sociais positivas. Estas equipes locais devem ter os instrumentos necessários não apenas para implementar, mas também para gerenciar todas as fases e os componentes do projeto, de forma autônoma e eficiente.

Se o modelo atual não se adaptar, e a gestão de projetos continuar sob responsabilidade de um gerente remoto, o desenho do projeto, resultado da fase de identificação e definição, pode tornar-se menos participativo e mais *top-down* em virtude da distância entre o gerente do projeto e os parceiros locais e comunidade, e do tempo ainda mais reduzido para esta etapa. Como consequência, os projetos podem não identificar as reais necessidades ou o problema real, ou não coletar dados suficientes, levando à execução do “projeto errado”.

O planejamento e a implementação do projeto, por sua vez, precisarão de uma nova leitura do sequenciamento de atividades, estimativa de duração, alocação de recursos, e adaptação. O uso de metodologias ágeis deverá permear todos esses processos, dividindo o projeto em intervalos mais curtos, buscando estabilidade nos recursos e custos, e permitindo flexibilidade no escopo e entregas. Na relação entre parceiros locais e organizações nacionais ou internacionais, esta agilidade e flexibilidade não são (ainda) uma característica normalmente encontrada.

Este novo contexto global apenas aumenta a necessidade de fortalecer o conhecimento técnico dos parceiros locais com ferramentas e boas práticas como as do Project DPro (PMD Pro) e com metodologias ágeis como o AgilePM, para que possam de fato gerenciar seus projetos, desde a identificação de necessidades e desenho, até seu encerramento e perenidade das mudanças sociais e econômicas promovidas pelo projeto.

O futuro nos reserva uma maior proximidade de características entre projetos de desenvolvimento e humanitários, em que autonomia, resiliência, agilidade, empoderamento, e adaptabilidade serão fundamentais na gestão de projetos, neste novo “normal” que mal começamos a entender e a nos acostumar. 🌍

EM BUSCA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



SILVIA MARIA
LOUZÃ
NACCACHE

Será que vamos acabar com a pobreza e a fome no planeta em curto prazo? Será que teremos um mundo mais justo, mais pacífico, com saúde, qualidade de vida para todos?

Será que nossos mares, rios, florestas e a vida que existe neles serão respeitados e cuidados?

Será que teremos um mundo melhor para todos?

Eu acredito e convido todos a acreditar também.

Os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) representam um compromisso genuíno e um plano de ação ambicioso, baseado nos direitos humanos, na inclusão, no crescimento econômico e no cuidado com o planeta, para que, de forma colaborativa e pacífica, alcancemos o desenvolvimento sustentável.

É preciso olhar, ouvir, sentir e agir no nosso planeta em unidade, sem deixar ninguém para trás. São 17 objetivos e 169 metas e indicadores orientando o caminho a seguir. Mas os ODS não são uma lista. Eles estão interligados, conectados. Foram definidos em um dos maiores processos de consulta pública do mundo: cidadãos de todo o mundo puderam apoiar na escolha e priorização dessa agenda para 2030.

Somos mais de 7 bilhões de pessoas no planeta, e 193 países assinaram esse compromisso. O convite para contribuir foi feito para governantes, empresas, organizações da sociedade civil, comunidades e, principalmente, cidadãos.

A agenda 2030 reconhece que a erradicação da pobreza, em todas as suas formas, é o maior desafio global para atingirmos o desenvolvimento sustentável. Por isso, a grande prioridade tem sido os mais pobres e vulneráveis.

Entender os ODS é compreender uma agenda que vem sendo construída há décadas.

Foi na ECO 92, no Rio de Janeiro, que tivemos a introdução do conceito de desenvolvimento sustentável, a famosa declaração dos princípios éticos para a construção do século 21, a carta da terra e a agenda 21.

Os anos de 1996 e 1997 foram marcados pelas convenções e acordos relacionados a emissão de gases, efeito estufa e mudanças climáticas, tão importantes para a garantia da vida no nosso planeta.

A chegada ao século 21 e o ano 2000 foram celebrados com um grande acordo de nações por uma agenda chamada de “objetivos do desenvolvimento do milênio” (ODM). Os ODM são um conjunto de

Silvia Maria Louzã Naccache é palestrante e consultora na área de Voluntariado, Terceiro Setor e Responsabilidade Social. É responsável pelos projetos e pelo conteúdo de Voluntariado e Voluntariado Empresarial da Rede Filantropia; coordenou por 14 anos o Centro de Voluntariado de São Paulo - CVSP. Articula parcerias com organizações da sociedade civil, governos, escolas, universidades e empresas. Organiza, ministra e facilita cursos, palestras, oficinas e eventos. É conselheira voluntária da Associação Vaga Lume e voluntária como Regional Voice Lead do Movimento Impact 2030. Membro organizador do Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial. Graduada em Ciências Biomédicas pela Universidade Federal de São Paulo - UNIFESP.

OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



metas pactuadas pelos governos dos 191 países-membros da ONU com a finalidade de tornar o mundo um lugar mais justo, solidário e melhor para se viver.

O compromisso foi firmado durante a cúpula do milênio, em setembro de 2000, após uma análise dos maiores problemas globais, e previa um conjunto de oito macro-objetivos (voltados basicamente para as áreas de saúde, renda, educação e sustentabilidade) a serem alcançados pelas nações até 2015.

Em 2012, o RIO +20, novamente um encontro na cidade do Rio de Janeiro reuniu mais de 180 países para celebrar os 20 anos da ECO 92 e o que seria uma agenda pós 2015. O primeiro parágrafo do documento foi: o futuro que queremos!

De acordo com o documento da conferência, pensar o futuro que queremos significa “erradicar a pobreza, o maior desafio global que o mundo enfrenta hoje, e um requisito indispensável para o desenvolvimento sustentável. Neste sentido, temos o compromisso de libertar a humanidade, urgentemente, da pobreza e da fome”. Na declaração final da conferência RIO+20, reconheceu-se que a formulação de metas poderia ser útil para o lançamento de uma ação global coerente e focada no desenvolvimento sustentável. Assim, foram lançadas as bases de um processo intergovernamental abrangente e transparente, aberto a todas as partes interessadas, para a promoção de objetivos para o desenvolvimento sustentável. Essa orientação guiou as ações da comunidade internacional nos três anos seguintes e deu início ao processo de consulta global para a construção de um conjunto de objetivos universais de desenvolvimento sustentável para além de 2015.

Acredito que, com essas reflexões, conseguimos entender a importância do ODS 1: até 2015, nos ODM o compromisso era reduzir a pobreza. A agenda agora, até 2030, é erradicar a pobreza em todas as suas formas e lugares.

A situação é urgente, em um mundo desigual onde temos 3 bilhões de pessoas sobrevivendo com 9 reais por dia. E ainda 1,3 bilhão de pessoas na extrema pobreza, vivendo com pouco mais de 4 reais por dia.

REFLEXÕES IMPORTANTES

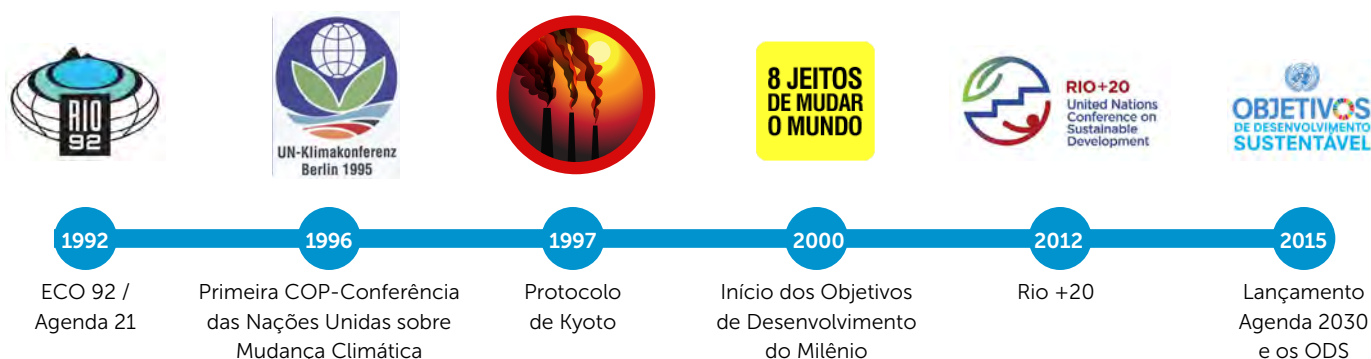
Não se acaba com a pobreza sem:

1. Garantir as necessidades básicas, como alimento, água etc.
2. Oferecer acesso a educação de qualidade, saúde, saneamento, moradia digna.
3. Dar oportunidades: liberdade, inclusão, trabalho, direitos, equidade.

No Brasil, a situação também é cruel e desigual. São 54 milhões de pessoas vivendo na pobreza, segundo os dados do IBGE de 2017.

O país tinha 54,8 milhões de pessoas que viviam com menos de R\$ 406 por mês em 2017, dois milhões a mais que em 2016. Isso significa que a proporção da população em situação de pobreza subiu de 25,7% para 26,5%, de acordo com a Síntese de Indicadores Sociais, divulgada pelo IBGE. O estudo utilizou critérios do Banco Mundial, que considera pobres aqueles com rendimentos diários abaixo de US\$ 5,5 ou R\$ 406 mensais pela paridade de poder de compra.

LINHA DO TEMPO



O Nordeste concentrou o maior percentual daqueles em situação de pobreza (44,8%), o equivalente a 25,5 milhões de pessoas.

Entre as unidades da federação, a maior proporção de pobres estava no Maranhão, com mais da metade da população (54,1%), e em Alagoas (48,9%). Já Porto Velho (RO) e Cuiabá (MT) foram as duas únicas capitais onde o contingente de pessoas que ganham menos de R\$ 406 por mês superava a dos respectivos estados: em Porto Velho era 27%, contra 26,1% em Rondônia; em Cuiabá, 19,2%, contra 17,1% em Mato Grosso.

Para erradicar a pobreza, o estudo apontou que seria necessário investir R\$ 10,2 bilhões por mês na economia, ou garantir,

em média, mais R\$ 187 por mês na renda de cada pessoa nessa situação. A análise demonstra que não somente a incidência da pobreza aumentou, mas também a intensidade, já que em 2016 esse valor adicional era de R\$ 183.

O analista da Síntese de Indicadores Sociais do IBGE, Leonardo Athias, indica que, além de políticas públicas do governo, a melhoria nas condições do mercado de trabalho é um dos caminhos que podem contribuir para a redução da pobreza. “Ter oportunidades, reduzir a desocupação e aumentar a formalização têm obviamente uma série de efeitos que permitem que as pessoas saiam dessa situação”, comenta.

METAS DO ODS 1:

1.1 Até 2030, erradicar a pobreza extrema para todas as pessoas em todos os lugares, atualmente medida como pessoas vivendo com menos de US\$ 1,90 por dia

1.2 Até 2030, reduzir pelo menos à metade a proporção de homens, mulheres e crianças, de todas as idades, que vivem na pobreza, em todas as suas dimensões, de acordo com as definições nacionais

1.3 Implementar, em nível nacional, medidas e sistemas de proteção social adequadas, para todos, incluindo pisos, e até 2030 atingir a cobertura substancial dos pobres e vulneráveis

1.4 Até 2030, garantir que todos os homens e mulheres, particularmente os pobres e vulneráveis, tenham direitos iguais aos recursos econômicos, bem como o acesso a serviços básicos, propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, herança, recursos naturais, novas tecnologias apropriadas e serviços financeiros, incluindo microfinanças

1.5 Até 2030, construir a resiliência dos pobres e daqueles em situação de vulnerabilidade, e reduzir sua exposição e vulnerabilidade a eventos extremos relacionados com o clima e outros choques, além de desastres econômicos, sociais e ambientais
E ainda:

1.a Garantir uma mobilização significativa de recursos a partir de uma variedade de fontes, inclusive por meio do reforço da cooperação para o desenvolvimento, a fim de proporcionar meios adequados e previsíveis para que os países em desenvolvimento, em particular os menos desenvolvidos, implementem programas e políticas para acabar com a pobreza em todas as suas dimensões

1.b Criar marcos políticos sólidos em níveis nacional, regional e internacional, com base em estratégias de desenvolvimento a favor dos pobres e sensíveis a gênero, para apoiar investimentos acelerados nas ações de erradicação da pobreza

São 17 objetivos e 169 metas e indicadores orientando o caminho a seguir. Mas os ODS não são uma lista. Eles estão interligados, conectados. Foram definidos em um dos maiores processos de consulta pública do mundo

Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e as 169 metas demonstram a escala e a ambição desta agenda universal. Levam em conta o legado dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e procuram obter avanços nas metas não alcançadas. Buscam assegurar os direitos humanos de todos e alcançar a igualdade de gênero e o empoderamento de mulheres e meninas.

Os objetivos e metas estimularão a ação em áreas de importância crucial para a humanidade e para o planeta nos próximos 11 anos. A contagem é regressiva e há muito por fazer, e estamos todos determinados a olhar para os 5Ps: pessoas, planeta, prosperidade, paz e parcerias para atingi-los.

Pessoas: acabar com a pobreza e a fome, em todas as suas formas e dimensões, e garantir que todos os seres humanos possam realizar o seu potencial em matéria de dignidade e igualdade, em um ambiente saudável.

Planeta: proteger o planeta da degradação, incluindo por meio do consumo e da produção sustentáveis, da gestão sustentável dos seus recursos naturais e de medidas urgentes para combater a mudança do clima, para que possa atender as necessidades das gerações presentes e futuras.

Prosperidade: assegurar que todos os seres humanos possam desfrutar de uma vida próspera e de plena realização pessoal, e que o progresso econômico, social e tecnológico ocorra em harmonia com a natureza.

Paz: promover sociedades pacíficas, justas e inclusivas, livres do medo e da violência. Não pode haver desenvolvimento sustentável sem paz, e não há paz sem desenvolvimento sustentável.

Parceria: mobilizar os meios e recursos necessários para implementar esta agenda por meio de uma Parceria Global para o Desenvolvimento Sustentável revitalizada, com base no espírito de solidariedade global fortalecida, com ênfase especial nas necessidades dos mais pobres e mais vulneráveis e com a participação de todos os países e grupos interessados.

Sim, todos podem participar e contribuir! Meu convite é para cada indivíduo, cidadão. O voluntariado pode ser a ferramenta para essa participação. Nós temos uma oportunidade histórica e o dever de agir com coragem, vigor e rapidez, para alcançar uma vida de dignidade para todos e construir um futuro mais justo e sustentável para as gerações futuras.



COMO CONTRIBUIR E PARTICIPAR?

- Criar oportunidades para empregos bons e decentes e assegurar meios de subsistência
- Apoiar práticas empresariais inclusivas e sustentáveis
- Promover melhores políticas governamentais e instituições públicas justas e responsáveis
- Doar dinheiro a causas de todo o mundo que combatem a pobreza e a fome, e promovem direitos humanos
- Constituir times de voluntários para atuar em regiões vulneráveis
- Promover oficinas de educação financeira
- Procurar informações sobre direitos e deveres dos cidadãos, para divulgá-los na comunidade
- Participar de conselhos e projetos comunitários
- Fiscalizar os órgãos competentes
- Atuar como voluntário, promovendo oficinas e palestras de orientação profissional para empreendedores
- Elaborar e distribuir material orientando sobre o que é uma boa alimentação
- Fazer um Mural da Cidadania em escolas e locais públicos apresentando direitos e deveres dos cidadãos e serviços à comunidade (saúde, documentos, previdência etc.)
- Pesquisar e divulgar ofertas de trabalho, cursos de capacitação profissional e geração de renda. 🌐



EQUIDADE RACIAL E VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Para superarmos a condição de um país tão desigual, a questão racial é certamente um dos temas que precisa receber toda a dedicação. Atualmente, mais da metade (50,7%) da população brasileira é negra, e mais de 70% dessa parcela vive em situação de extrema pobreza. Os negros representam 71% das vítimas de homicídio e 61,6% da população carcerária. Um jovem negro é assassinado a cada 23 minutos no país, e 65,3% das mulheres que morrem vítimas de agressão no Brasil são negras.

Compreender que existe desigualdade por conta da cor da pele e aceitar que o racismo existe é o primeiro passo para buscar a equidade racial. A abolição da escravidão no Brasil aconteceu há mais de 130 anos, em 13



SILVIA MARIA
LOUZÃ
NACCACHE



GUILHERME
FRANÇAÇOLIN

de maio de 1888, mas diferenças sociais e econômicas entre negros e brancos continuam enormes. Mesmo os negros sendo metade da nossa população, ainda são minoria nos cargos mais importantes de empresas e nas salas de aulas das universidades, tanto como alunos quanto como professores. Temos ainda poucos negros ocupando espaços de poder e muitas dificuldades de acesso e desenvolvimento no mercado de trabalho. As oportunidades são absurdamente distintas. Se por um lado não aparecem nessas posições, são a maioria em julgamentos e acusações injustas, além de serem vítimas de homicídios.

Incluir o tema da diversidade racial nas empresas é fundamental. Estrategicamente, o voluntariado

Silvia Maria Louzã Naccache é palestrante e consultora na área de Voluntariado, Terceiro Setor e Responsabilidade Social. É responsável pelos projetos e pelo conteúdo de Voluntariado e Voluntariado Empresarial da Rede Filantropia; coordenou por 14 anos o Centro de Voluntariado de São Paulo - CVSP. Articula parcerias com organizações da sociedade civil, governos, escolas, universidades e empresas. Organiza, ministra e facilita cursos, palestras, oficinas e eventos. É conselheira voluntária da Associação Vaga Lume e voluntária como Regional Voice Lead do Movimento Impact 2030. Membro organizador do Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial. Graduada em Ciências Biomédicas pela Universidade Federal de São Paulo - UNIFESP. Guilherme Françaçolin é Graduado em Comunicação Social pela ECA-USP e Pós-Graduado em Gestão de Pessoas e Negócios pelo Insper. Apaixonado por resolução de problemas complexos e soluções de negócio através do potencial humano. Liderou projetos de engajamento, diversidade e comunicação que agregaram valor para grandes empresas brasileiras. Diretor fundador da Santo Caos Consultoria em Engajamento.

A investigação trabalhou com a hipótese de que os voluntários são pessoas mais engajadas que a maioria. Mas será que isso se reflete no engajamento com a empresa?

empresarial pode ser ferramenta para promover a equidade e o conhecimento e sobre o tema. As empresas fortalecem as iniciativas promovidas por organizações negras ou lideradas por negros, fomentam o empreendedorismo e promovem a quebra de um paradigma de que no Brasil exista uma convivência harmoniosa entre todas as raças e que não existe racismo. Sabemos que isso é um mito. Ainda temos uma sociedade preconceituosa e buscamos soluções paliativas.

A Consultoria Santo Caos vem trabalhando o tema e mapeando as diversas variáveis que impactam no engajamento dos empregados com as empresas. Algumas são previsíveis: salário, benefícios, comunicação, liderança etc. Outras, nem tanto.

É o caso, por exemplo, da diversidade racial e do voluntariado corporativo. Em 2017, foi realizado um estudo que recebeu o nome de Além do Bem. Ao longo das 828 entrevistas e questionários aplicados, foi possível identificar o impacto do voluntariado empresarial no engajamento dos empregados, bem como os diversos perfis de voluntários que existem hoje nas empresas. A investigação trabalhou com a hipótese de que os voluntários são pessoas mais engajadas que a maioria. Afinal, fazem o que fazem sem nenhum tipo de remuneração. Mas será que isso se reflete no engajamento com a empresa?

As descobertas mais relevantes do Além do Bem mostraram que não somente o voluntário desenvolve uma relação mais de troca que de doação (envolvendo aprendizado, empatia, desenvolvimento de competências, etc.), mas que participar de ações de voluntariado pela empresa aumenta, em média, 16% seu engajamento com a corporação onde trabalha, em relação aos não-voluntários.

Por coincidência ou não, 16% também foi o aumento médio de engajamento observado nos empregados (negros e não-negros) de organizações que valorizam a diversidade racial, em comparação com as que não a praticam. Este foi o principal achado de outro estudo, chamado “Black In”, que contou com a colaboração da Faculdade Zumbi dos Palmares. O estudo teve a participação de quase 1.800 entrevistados de mais de 150 empresas, e especialistas de 25 instituições ligadas à equidade racial no Brasil.

O que é possível encontrar de ponto convergente entre essas descobertas é que tanto o voluntariado quanto a diversidade impactam diretamente em vários indicadores de engajamento.

O Índice de Engajamento Santo Caos® é composto por cinco pilares, ou conexões entre pessoas e empresas:

- 1) **Conscientização:** o quanto pessoas e organização conhecem uma a outra e entendem seu papel nessa relação;
- 2) **Compromisso:** o quanto ambas as partes estão dispostas a cumprir seu papel e fazer a relação funcionar;
- 3) **Pertencimento:** o quanto funcionários e empresa se identificam e dão voz um ao outro;
- 4) **Orgulho:** qual o nível de reconhecimento e propósito entre ambas as partes; e
- 5) **Compartilhamento:** a extrapolação da relação inicial, em que a pessoa passa a ser porta-voz da empresa e vai além do seu *job description*.

Esses cinco pilares são diretamente impactados tanto pela diversidade racial quanto pelo voluntariado corporativo. A conscientização aumenta, pois a organização passa a conhecer melhor seu público interno e a respeitar suas particularidades, ao passo que a pessoa entende melhor onde a empresa quer chegar. Há um estímulo do compromisso quando existem metas estabelecidas em relação à diversidade e aos programas de voluntariado. O pertencimento cresce, pois as pessoas passam a se integrar e trabalhar melhor em equipe, seja porque se promoveu a construção de uma equipe com mais diversidade racial, seja porque se formaram times de voluntários. Acontece um aumento substancial do orgulho, pois todos passam a ter uma clareza de propósito e de que juntos estão construindo algo relevante para a sociedade. Por fim, com esses valores bem estabelecidos, o compartilhamento é afetado pela maior tendência de se falar e divulgar positivamente as iniciativas da organização.

Trabalhar diversidade racial e voluntariado de maneira conjunta, portanto, pode potencializar ainda mais esses gatilhos de engajamento. Já parou para pensar num grupo de afinidade racial podendo realizar ações voluntárias em organizações ou comunidades predominantemente negras? Ou, num movimento contrário, a convivência com grupos periféricos estimulando a criação de um programa estruturado de voluntariado, com impacto social real e mensurável?

Sem dúvida, as possibilidades são muitas, e os dados estão aí para comprovar a potência da diversidade, do voluntariado e do engajamento. A igualdade só se consolidará quando as medidas de equidade forem tomadas. O voluntariado nos permite participar ativamente dessa causa, promovendo mais oportunidades para todos. 🌍



Consultoria e Assessoria especializada em entidades sem Fins Lucrativos.



Serviços com foco no Terceiro Setor

A QUALITY É O PARCEIRO IDEAL PARA ENTIDADES DO TERCEIRO SETOR, COLÉGIOS E FACULDADES QUE BUSCAM SERVIÇOS ESPECIALIZADOS NAS ÁREAS **CONTÁBIL, FISCAL, FINANCEIRA E TRABALHISTA**.

SOMOS ATUALMENTE UMA DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS, ESPECIALIZADA NO ATENDIMENTO DE ENTIDADES DO TERCEIRO SETOR E INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS DO BRASIL.

TRABALHAMOS NO MAIS ALTO NÍVEL DE EXCELÊNCIA DE PROCESSOS DE GESTÃO E TECNOLOGIA PARA GARANTIR A EXECUÇÃO DE NOSSOS SERVIÇOS E A SATISFAÇÃO COMPLETA DE NOSSOS CLIENTES.



- 💰 TERCEIRIZAÇÃO CONTÁBIL e FISCAL
- 👤 TERCEIRIZAÇÃO TRABALHISTA e RH
- 📈 GESTÃO FINANCEIRA e PRESTAÇÃO DE CONTAS
- 📄 FORMALIZAÇÃO, ESTATUTO e ATAS
- 📞 ISENÇÕES, IMUNIDADES e CERTIFICAÇÕES
- 🧠 CONSULTORIA E TREINAMENTOS



A tecnologia avança em ritmo acelerado e tem mudado a forma com que trabalhamos, nos relacionamos e nos divertimos. Mas será que essa transformação digital pode também mudar a forma com que ajudamos os outros?

Para responder a essa pergunta, precisamos entender melhor os impactos disso no Terceiro Setor e em nossas vidas. A tecnologia mudou como consumimos informação e nossa interação com ela. A comunicação é cada vez mais simples e rápida; já a informação é abundante e contínua. A forma com que as pessoas se relacionam com as organizações sem fins lucrativos também está mudando. Um exemplo é a interação mais ativa nas redes sociais, sendo muito mais fácil monitorar e acompanhar de perto as atividades



DIEGO RIBAS
ADIERS

desenvolvidas. Outro exemplo é o da arrecadação de doações via telemarketing e a busca por dinheiro na casa das pessoas. Esse modelo será cada vez menos efetivo, pois além dos custos e riscos elevados, não atingirá o público mais jovem com grande potencial para ajudar.

Falando em doação, as pessoas buscam facilidade e comodidade para suas tarefas diárias, inclusive para doar. Elas já estão acostumadas a comprar pela internet. Por isso, as doações on-line têm se popularizado ano após ano, e a perspectiva é bastante otimista, assim como temos vivenciado o crescimento exponencial do comércio eletrônico, batendo recordes a cada ano. Hoje todo mundo já fez alguma compra on-line. A insegurança anterior das pessoas foi sobreposta

pelo avanço da tecnologia e pela enorme comodidade gerada. O mesmo está acontecendo com as doações espontâneas no Terceiro Setor: uma migração para o digital.

Diante desse cenário, precisamos fazer um paralelo com o mundo corporativo. Uma empresa precisa manter seus investidores informados. Já no mundo das organizações sem finalidade de lucro, os doadores são os principais interessados. Poucas instituições se deram conta de que os doadores estão exigindo cada vez mais transparência nas informações em troca de suas doações. Mais do que isso, o doador quer se relacionar, ajudar e fazer parte de algo maior - e ainda ser reconhecido por isso. Poucas são as organizações que publicam informações detalhadas sobre o desempenho econômico e do seu impacto social. Grande parte delas não divulga porque não possui os dados, ou ainda, não tem certeza se estão corretos. Raras instituições se preocupam em se relacionar bem com seus doadores, enviando informações ou simplesmente agradecendo sua ajuda. Essa negligência pode custar muito caro! Afinal, você doaria para uma ONG que é pouco transparente ou cujo impacto social não seja evidente?

Aprofundando na realidade das ONGs, é comum encontrar pilhas de papel desorganizadas, como notas fiscais, extratos bancários, recibos de doação e até fichas de beneficiários ou de atendimento, informações que muitas vezes requerem sigilo. Ou ainda, planilhas para registro de tudo com informações desconectadas e totalmente espalhadas entre departamentos, esperando serem perdidas ou esquecidas. Transformar tudo isso em um fluxo coordenado de dados em um só local e de forma segura é o que pode realmente salvar a reputação dessas organizações diante dos doadores e de suas parcerias com o poder público.

Nesse sentido, o governo, por meio da lei 13.019/2014, também conhecida como Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil, estabeleceu diretrizes para a transferência de recursos financeiros para as OSCs. Quando uma parceria é firmada, a entidade precisa atender diversas exigências, como mostrar como o dinheiro foi gasto e qual o impacto social gerado, ou seja, sua eficiência. O marco regulatório tem impactado tanto positiva quanto negativamente o Terceiro Setor. Como tudo na vida, existem os defensores e os que condenam a lei.

O que se observa, na realidade, é que o impacto negativo advém principalmente do despreparo e falta de organização de grande parte das instituições. Muitas delas infelizmente estão fechando ou tendo sérias dificuldades para se adaptar a essa nova e dura realidade de exigências. Isso realmente é uma pena. Entretanto, o impacto positivo do marco é que ele tem forçado as organizações sociais a se movimentar no sentido de melhorar sua gestão, principalmente com a utilização de softwares.

Observamos várias instituições buscando uma profissionalização de sua gestão, aproveitando para se aperfeiçoar

e entregar mais. E isso é algo muito positivo trazido pelo marco regulatório.

Além das doações e das parcerias públicas, o voluntariado tem papel fundamental no Terceiro Setor, sem dúvida. Entretanto, poucas organizações fazem uma gestão adequada de seus voluntários. É preciso saber quem são, medir e mostrar exatamente qual o impacto que esse trabalho gera. Mais que isso, trata-se inclusive de uma obrigação na contabilidade aplicada ao Terceiro Setor. Todo o trabalho voluntário desenvolvido, inclusive dos membros integrantes da administração, deve ser reconhecido pelo valor justo da prestação do serviço, como se tivesse ocorrido um desembolso financeiro. Logo, se a organização social não registra e controla tais informações, como poderá saber a importância desses voluntários?

Um fato curioso que temos observado, por trabalhar com tecnologia aplicada à gestão no Terceiro Setor, é que alguns profissionais dessas organizações já estão familiarizados com termos técnicos como *Cloud Computing*, *Big Data* e *Business Intelligence*. Ou seja, esses profissionais, ainda que poucos, já enxergaram que sem o uso da tecnologia e acesso aos dados gerenciais, mais difícil serão as chances de sucesso. É bem verdade, entretanto, que poucas organizações possuem pessoas da área de TI (Tecnologia da Informação), já que seus orçamentos são apertados. Normalmente as equipes nessas ONGs são 3 vezes menores que em uma empresa de mesmo porte. Isso precisa mudar.

Por tudo isso, organizar e manter os dados é essencial para entender onde se pode ter impacto social. Os dados indicarão os custos de cada projeto e o resultado a ser gerado, para que se possa dimensionar esse impacto sob diferentes óticas. Dessa forma, a diretoria de uma ONG pode inovar e produzir novos serviços para sua missão social, trazendo benefícios reais a toda a comunidade à sua volta. Portanto, como nunca antes, faz-se tão necessário o uso de softwares e tecnologia dentro do Terceiro Setor. É evidente a transformação digital que todos vivem e não é diferente da realidade das organizações sociais.

Todos esses problemas e dificuldades fazem parte dessas transformações que o mundo moderno trouxe ao Terceiro Setor. Elas exigem adaptações e profundas modificações na realidade atual das ONGs e principalmente no modo com que são administradas. Elas precisam, desde já, entender esse “novo mundo digital”. É preciso ter dados e uma visão gerencial, como em uma empresa privada. Além de assimilar tudo isso, as instituições precisam se envolver e transformar essa nova realidade em oportunidades. Atualmente, qualquer organização, da pequena à grande, pode utilizar a tecnologia a seu favor para aumentar seu impacto social e melhorar seu desempenho e viabilidade econômica. Não deixe a onda te afogar, surfe nela. 🌊

HÁ MAIS DE
25 ANOS
GARANTINDO

TRANSPARÊNCIA CREDIBILIDADE

ESPECIALIZADA EM AUDITORIA E CONTABILIDADE

PARA O
TERCEIRO
SETOR



📍 Alameda Ezequiel Dias | nº 427 | 2º andar | Centro | Belo Horizonte | MG | +55 31 3324.3800
📍 Rua Bela Cintra | nº 178 | Consolação | São Paulo | SP | +55 11 2763.0175
📱 🌐 m.auditoria | valuenegocios 🌐 m.auditoria.com.br | valuenegocios.com.br

R&A
AUDITORIA E CONSULTORIA

value

EMPODERAMENTO

MULHERES NA LIDERANÇA

EMPODERAMENTO,
EMPATIA E
SOLIDARIEDADE

Parece somente um
A ao final da palavra,
algo que faria pouca
diferença - mas não é!

Até 2019, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) não tinha a designação 'contadorA' nas novas carteiras de identidade profissional. 'Contador' era o título que qualificava o profissional, independentemente do gênero.

Depois de muita persistência, conseguimos mudar, e eu tive a honra de receber a primeira carteira com esse A tão poderoso, símbolo de transformação e atualização, das mãos do presidente do CFC, Zulmir Ivânio Breda, em fevereiro do ano passado.

Mais que uma conquista, o ato reafirma a presença feminina na profissão contábil - hoje, somos 47% entre os profissionais de contabilidade.

Como primeira mulher a disputar uma eleição e cumprir o mandato completo no comando do maior Conselho de Contabilidade do Brasil, o CRCSP, considero o manifesto do feminino como uma das minhas principais realizações.

Durante a minha gestão, criamos o projeto Universo Contábil com Elas, com o objetivo de valorizar e empoderar as especialistas de diversas áreas técnicas da contabilidade em atividades que foram promovidas na capital e no interior do estado.

Também conquistamos o reconhecimento de gênero nas categorias de contadora e técnica em contabilidade com o lançamento do aplicativo CRCSP Digital.

Durante a 26ª Convenção dos Profissionais da Contabilidade do Estado de São Paulo (Convecon), inovamos ao aumentar o número de mulheres no palco. Nos painéis, debates e palestras, o número de mulheres foi historicamente superior em relação às edições anteriores.

Esses fatos confirmam que os avanços na questão da igualdade de gênero só são possíveis graças à atuação ativa de mulheres em ambientes predominantemente masculinos, fazendo-se necessário eliminar barreiras, fortalecer a manifestação do feminino e criar oportunidades para homens e mulheres, juntos, transformarem padrões sociais, econômicos e políticos.

JUNTOS, HOMENS E MULHERES, POR UMA SOCIEDADE MELHOR

Pesquisas comprovam que a comunidade se beneficiaria se aproveitasse 100% dos talentos. A desigualdade exclui a todos, prejudica a economia e os negócios. Gênero é energia! Juntos, homens e mulheres, são mais fortes.

Incorpore a inteligência feminina no processo decisório da sua empresa e, com certeza, você conseguirá aumentar a competitividade da sua marca.

Contar histórias e se comunicar bem é a habilidade do mundo moderno. Técnicas para uma comunicação não violenta ajudam no desenvolvimento humano. A comunicação é uma qualidade feminina: a sutileza e a sensibilidade vêm desde a maternidade, seja no cantar ou encantar.



MARCIA RUIZ
ALCAZAR

Temos aptidão para desenhar e realizar sonhos. Somos mais flexíveis para lidar com situações ambíguas, sensíveis em relação à necessidade dos outros e da comunidade, e valorizamos o respeito ao meio ambiente.

Além disso, gostamos do trabalho em equipe, somos perseverantes e constantes, agimos de forma menos imediatista e com maior capacidade de raciocinar a longo prazo. Somos capazes de fazer várias coisas ao mesmo tempo, temos mais jogo de cintura para lidar em tempos de aperto, somos mais curiosas e temos sede de aprendizado contínuo.

Nós possuímos a maioria das competências exigidas dos novos líderes - imaginação humana, criatividade, inovação, cuidado e escuta dos seus colaboradores - mas não há mulheres suficientes em posições de liderança. Temos um jeito próprio para liderar, um modelo diferenciado de gestão, mas precisamos nos empoderar e canalizar essa força para o mundo à nossa volta. Com empatia, quebraremos resistências e romperemos barreiras.

O PRESENTE E O FUTURO

A segunda edição da pesquisa Panorama Mulher indica que somente 32% das empresas no Brasil têm alguma política interna de igualdade de gênero. Por outro lado, o mesmo estudo aponta que, quando existe a inclusão feminina nos cargos de liderança, a quantidade de mulheres contratadas também tende a aumentar. Quando a presidente é mulher, aproximadamente 34% do quadro da empresa é feminino, contra 18% se o presidente for homem. Para cargos de diretoria, o número é de 45% contra 23%.

De acordo com a última edição da *International Business Report (IBR) - Women in Business 2019*, pesquisa da Grant Thornton com mais de 4,5 mil empresários no mundo todo, as mulheres brasileiras ocupam 25% dos cargos de liderança. Para as posições do mais alto nível nas corporações, apenas 15% das companhias possuem uma mulher no topo.

Sim, é preciso mudar essas estatísticas!

Acredito que tudo começa com uma decisão estratégica dentro das organizações. A mudança requer uma nova cultura no ambiente de trabalho, o fim dos preconceitos nas contratações e promoções, e métricas que permitam enxergar as diferenças e adotar um plano de ação.

Incentivar debates pode gerar bons resultados e aumentar a consciência da importância de mais mulheres em cargos mais altos.

Empoderar é ter voz ativa, por isso mais que ativistas para criar um ambiente favorável, nós, mulheres, também precisamos acreditar no potencial que temos, participar, concorrer e principalmente apoiar outras mulheres.

Somos únicas, provando todos os dias que temos capacidade e podemos transformar. Juntas somos sempre mais fortes! 🌐

*Marcia Ruiz Alcazar é sócia da Seteco Contabilidade e Asplan Tecnologia. Contadora com MBA em Gestão Executiva Internacional pela FIA, atua no segmento há 30 anos. Foi presidente do Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo (CRCSP), gestão 2018-2019, é conselheira no CODECON (Conselho Estadual de Defesa do Contribuinte) e no COMPI (Conselho Superior da Micro e Pequena e Média Indústria - FIESP), preside o conselho fiscal da PWN-SP (Professional Women Networking - SP).

Junte-se à maior rede de Gestão para ONGs do Brasil! **FILANTROPIA**

Recentemente a Revista Época elegeu as **100 melhores ONGs do Brasil**.
55 delas são integrantes da Rede Filantropia. Coincidência?
NÃO! Elas vão atrás de conteúdo e de capacitação para sua equipe!

143 TURMAS

Eventos presenciais e on-line.
Ganhe descontos de até 100%!

+ DE 6 MIL EDITAIS!

Encontre as melhores oportunidades.

FIFE 2019 - RIO DE JANEIRO

Maior evento de gestão para
organizações sociais do país.

VÍDEO-AULAS

Gravadas em módulos de curta duração.
Assista quando e onde quiser.

+ DE 10 MIL TEXTOS

Artigos, entrevistas e matérias especiais.
Acesse o maior conteúdo sobre Terceiro Setor.

+ DE 800 PÁGINAS

Mais de 10 e-books publicados!



Saiba mais em filantropia.org/beneficios



A TRAJETÓRIA DA CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Ao longo da história da humanidade, as sociedades e comunidades, com intuito de auto-preservação, se uniram para atender suas necessidades, fossem materiais ou espirituais. Porém, nos últimos cem anos, assistimos a uma crescente preocupação, e ação, para aprimorar os sentimentos de solidariedade, caridade, e amor ao próximo. Duas guerras mundiais, o medo de uma hecatombe nuclear, epidemias resultantes de novos agentes patogênicos e mudanças climáticas são períodos de perigo real para a existência e sustentação da vida em escala global, e com repercussões distintas em cada região.

Devido a essas ameaças, e num contexto em que necessidades e prioridades mudaram drasticamente, seja devido ao progresso do conhecimento científico ou ao acúmulo sucessivo de riqueza com a prevalência do modelo econômico capitalista, a busca de recursos para enfrentar adversidades também ganhou relevância. Da caridade individual passamos para o investimento social institucionalizado em famílias, comunidades e empresas. Organizações da sociedade civil, incluindo fundações doadoras de recursos, passaram a existir e ganhar relevância social.



MARCOS
KISIL

Diante de uma nova pandemia que leva ao Covid-19, seria importante conhecer como se desenvolveu esse processo de captação de recursos neste último século, e concluir o que podemos aprender hoje a partir dessa evolução.

LEVANTAMENTO DE RECURSOS ANTES DE 1900

Há inúmeras referências sobre a necessidade de captação de recursos em diferentes relatos encontrados entre os clássicos gregos e romanos, e também na própria Bíblia, em que se relata, no Êxodo, a construção do tabernáculo, e avança para a Idade Média, e nas ações caritativas da Inglaterra elisabetana.

Por uma questão de brevidade, resumimos alguns fatos históricos importantes para conhecer a captação de recursos:

- Doações de caridade aparecem nos textos e práticas sagrados do judaísmo, cristianismo, islamismo, hinduísmo e budismo, entre outras religiões.
- A dinastia Sung dirigia cozinhas de sopa na China no século 10.
- Em 1552, Roxelana, esposa do sultão do Império Otomano, abriu um complexo de caridade em Jerusalém para viúvas, órfãos e pobres.

- A tradição de doações da tribo Zulu, na qual doadores e receptores são iguais, foi estabelecida no século 17.
- A palavra “filantropia” entrou no idioma inglês em 1600.
- Em 1601, o Estatuto dos Usos de Caridade foi aprovado na Inglaterra, colocando nas paróquias locais a responsabilidade de cuidar dos pobres. O revolucionário sobre essa prática é que a implementação do que chamamos de “programas” foi feita no setor privado, mas supervisionada pelo governo.
- Sociedades beneficentes e empreendimentos de caridade, como escolas, e auxílio a refugiados, orfanatos e hospitais, surgiram em todo o mundo nos séculos 18 e 19.
- O Exército da Salvação realizou sua primeira campanha de rua na Chaleira de Natal em 1891.

PIONEIROS DA CAPTAÇÃO DE RECURSOS: 1900-1915

Sabemos que os Estados Unidos tiveram uma participação importante para consolidar a filantropia como um instrumento de desenvolvimento social. Desde o surgimento das primeiras comunidades construídas por imigrantes europeus, e que deram o caráter de solidariedade às iniciativas conjuntas da cidadania, até o aparecimento da filantropia moderna, no início do século 20, voluntariado e filantropia têm papel relevante na construção da sociedade americana. Assim, influenciaram a história da captação de recursos.

No final de 1800, Andrew Carnegie se posicionou para a transformação na filantropia americana, dizendo às pessoas ricas que elas seriam desonradas se morressem sem doar seu dinheiro excedente a causas sociais. Tão importante quanto saber ganhar dinheiro, disse ele, as pessoas ricas devem doar seus recursos e escolher cuidadosamente as causas que devem apoiar, demonstrando a “sabedoria, experiência e capacidade superior” que fizeram deles uma elite financeira.

Juntamente com Carnegie, benfeitores ricos como John D. Rockefeller e Margaret Olivia Slocum Sage criaram algumas das primeiras fundações filantrópicas para a concessão de doações. Na primeira década de 1900, a reforma tributária introduzida pelo governo americano tornou mais fácil para indivíduos e empresas deduzir fundos para fins de caridade, alimentando ainda mais o movimento filantrópico já existente.

A captação de recursos moderna começou com a Associação Cristã de Moços (YMCA). Frank L. Pierce foi encarregado de arrecadar dinheiro para construir uma YMCA em Washington DC. Em dois anos de campanha, ele levantou US\$ 270.000, mas ainda precisava de US\$ 80.000, e as doações pararam de chegar. Felizmente, Pierce conseguiu um parceiro que o ajudasse a levantar o dinheiro e a inventar uma captação de recursos moderna no processo.

Em 1905, ele fez parceria com Charles Sumner Ward. Os dois homens criaram uma campanha para arrecadar o restante do



PHOTOS.COM/THINKSTOCK

Dale Carnegie: “Tão importante quanto saber ganhar dinheiro, as pessoas ricas devem doar seus recursos e escolher cuidadosamente as causas que devem apoiar”

dinheiro, tentando coisas que ninguém jamais havia feito. As três principais inovações da YMCA:

- Pierce e Ward contrataram um publicitário para sua campanha e usaram doações corporativas para pagar publicidade;
- Eles propositadamente mantiveram sua campanha curta, limitando-a a 27 dias; e
- Eles criaram um “relógio de campanha” para acompanhar as doações dia a dia com relação à meta fixada.

Funcionou muito bem. Pierce e Ward levantaram o dinheiro e, em 1913, estavam trabalhando internacionalmente e executando campanhas de vários milhões de dólares com as técnicas que haviam desenvolvido, entre elas a captação para a Cruz Vermelha Americana, de US\$ 114 milhões.

Na mesma época, o bispo William Lawrence, pastor da Igreja Memorial de St. John, em Harvard, e chefe da associação de ex-alunos, foi solicitado a arrecadar US\$ 2,5 milhões para aumentar os salários dos professores de artes liberais. Arrecadar dinheiro para os salários era novo para a captação de recursos da faculdade.

Historicamente, os ex-alunos haviam fornecido campanhas de capital, mas faziam o mesmo sem a promessa de um novo prédio ou melhoria do campus? Cabia a Lawrence descobrir.

Ele levantou o dinheiro, apelando aos ex-alunos de maneira “gentil”, por meio de uma carta. Os ex-alunos apareceram e Lawrence foi creditado como o criador de uma unidade de captação de recursos para a Universidade de Harvard.

A abordagem de Lawrence respeitava profundamente seu público e mantinha a discrição de propósito. Ele acreditava

que “se você domina ou arrasta um homem por sua personalidade, pode receber o dinheiro dele uma vez, mas não da próxima vez”.

As técnicas estabelecidas por Pierce, Ward e Lawrence seguem sendo utilizadas com muito sucesso até hoje.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS DURANTE E ENTRE AS GUERRAS MUNDIAIS

Quando a Primeira Guerra Mundial eclodiu em 1914, a captação de recursos se expandiu, embora já existisse para as boas causas. Em poucas semanas, organizaram-se concertos, bazares, dias de bandeira, atividades culturais - como matinês teatrais e concertos -, exposições e leilões para arrecadar dinheiro para uma miríade de instituições de caridade dignas. Houve desde campanhas nacionais, como a do National Relief Fund, na Inglaterra, ou da Cruz Vermelha americana que levantou e gastou US\$ 400 milhões, até pequenas ações como hospitais locais ou casas para soldados convalescentes. Caixas de coleta começaram a aparecer nas mesas de restaurantes, damas da classe alta rondavam as ruas vendendo bandeiras para transeuntes, e cartões postais patrióticos eram produzidos aos milhares, com todos os lucros destinados à caridade.

Assim, depois da guerra, grandes instituições de caridade nacionais começaram a surgir: Sociedade Americana do Câncer, Liga Nacional Urbana, Escoteiros da América, Escoteiras, Associação Nacional para o Avanço das Pessoas de Cor.

Durante a Grande Depressão (1929-1939), as pessoas permaneceram caridosas, mesmo quando seus recursos eram limitados. Mudanças na legislação tributária tornaram possíveis as doações corporativas, e elas ocuparam uma parte maior dos recursos doados. A captação de recursos também mudou para incluir apelos a doadores da classe média e baixa.

A Segunda Guerra Mundial (1939-1945) trouxe um retorno à captação de fundos focada na guerra. As pessoas se reuniram para apoiar as tropas e tentar resolver os problemas sociais causados pela guerra, como fome e reassentamento de refugiados.

PÓS-GUERRA: ENTRADA DA TELEVISÃO

É difícil expressar o quanto a televisão mudou o mundo. Do que compramos à forma como conversamos, a televisão moldou nossa cultura de inúmeras maneiras, trazendo imagens, mensagens e pessoas desconhecidas diretamente para dentro de nossas casas. Portanto, não é surpresa que ela tenha mudado a história da captação de recursos.

O primeiro Teleton foi em 1949. Em 1950, apenas 9% dos lares americanos tinham um aparelho de televisão. Mas, em 1960, esse percentual era drasticamente maior: 87%!

A estrutura dos Teleton foi estabelecida desde o início e não mudou por muitos anos. O programa alternava entre entretenimento e apelo por recursos em benefício de uma instituição de caridade. A televisão passou a ser um



DIVULGAÇÃO

instrumento para ampliar a massa de possíveis doadores. Além de arrecadar dinheiro, também possibilitava a conscientização de causas.

O mais famoso dos Teleton começou na cidade de Nova York em 1966, quando o Teleton do Dia do Trabalho da Muscle Dystrophy Association, liderado por Jerry Lewis, foi ao ar pela primeira vez. O evento, de 21 horas, levantou mais de um milhão de dólares. Em 1970, foi transmitido de costa a costa. Foi veiculado nacionalmente, sob a condução de Lewis, até 2010, e depois passou por uma mudança no formato - mais curto e mais atraente para o público moderno.

No Brasil, temos o Criança Esperança, da Rede Globo em parceria com a UNESCO, e o da AACD - Associação de Assistência à Criança Deficiente, com o apoio do SBT. Ambas são maratonas televisivas dedicadas à sensibilização e mobilização da sociedade em torno de uma causa. São mais de 24 horas ininterruptas de programação dedicadas a compartilhar histórias dos beneficiários e os resultados dos trabalhos nos projetos financiados com os recursos de doação, com a participação de artistas, figuras importantes de vários campos profissionais, e doadores que atuam como sensibilizadores de novos doadores. Em 2019, a AACD arrecadou R\$ 30 milhões com o Teleton, que é considerado hoje a maior campanha organizada de solidariedade do Brasil.

A televisão também propiciou campanhas publicitárias de organizações filantrópicas, contando histórias de seus casos de maneira mais profissional e rápida. Passaram a usar ferramentas da publicidade comercial para demonstrar o impacto das organizações, incluindo música evocativa, imagens intensas ou até perturbadoras, e pedidos de doações por parte de celebridades.

Sally Struthers, atriz e ativista norte-americana, mais conhecida nos Estados Unidos por sua atuação em *Tudo em Família* - pelo qual ganhou dois Emmy Awards -, tornou-se a porta-voz do Christian Children's Fund em 1976, angariando à organização

milhões de dólares. Seu trabalho, primeiro para o CCF e depois para o Save the Children, tornou-se icônico.

A publicidade na televisão não ficou isenta de controvérsias. O estilo emocional e dramático de contar histórias em alguns anúncios de caridade foi criticado por explorar as populações que procurava servir, retratando as pessoas no mundo em desenvolvimento como vítimas desamparadas, com pouca consideração por sua dignidade.

Esse estilo de anúncio caiu em desfavor e as organizações, em geral, avançaram em uma direção mais positiva com suas imagens e arrecadação de fundos nos anos 90. Aqui temos o exemplo dos Médicos Sem Fronteiras.

Durante a segunda metade do século 20, as organizações sem fins lucrativos não usavam apenas a TV, é claro. Elas continuaram a usar cartas de mala direta e eventos de captação de recursos pessoalmente, mas uma nova mudança estava sendo gestada, ainda mais importante que a televisão: a captação de fundos por meio da tecnologia digital.

A INTERNET

O número de brasileiros que usam a Internet continua crescendo. Atualmente, fala-se em 70% da população, o que equivale a 126,9 milhões de pessoas em 2019.

Como a televisão antes, o avanço tecnológico dos computadores e da Internet mudaram radicalmente a sociedade no período de uma década. As organizações sem fins lucrativos começaram a se adaptar a essa mudança. No início, elas usavam a Internet da mesma forma que tinham impressos e mala direta - os sites forneciam informações estáticas sobre as organizações e suas causas, como um folheto, e o e-mail surgiu como uma maneira de baixo custo para distribuir informações e boletins.

Progressivamente, as organizações da sociedade civil passaram a se apropriar das ferramentas que a rede oferecia para espalhar suas causas, criar consciência e relevância sobre suas atividades, e interagir com seus doadores, além de aproveitar a oportunidade para chegar a novos potenciais apoiadores.

As organizações passaram a sistematizar melhor suas histórias para mostrar os beneficiários e os impactos em suas vidas, especialmente por imagens e vídeos, que são facilmente mais consumidos no meio digital, e ajudam a criar uma compreensão melhor dos projetos e da atuação da organização, além de atrair mais pessoas para apoiar a causa.

Outra dimensão da rede rapidamente acolhida foi a criação de redes sociais de interesses específicos, congregando organizações sociais prestadoras de serviços, apoiadores financeiros, especialistas do setor, etc. Assim, tornou-se possível uma mensagem unificada sobre a importância de uma causa, bem como a possibilidade de estabelecer sinergias para um impacto social maior. Um exemplo é a Rede Nacional pela Primeira Infância.

Esse é o diferencial que a era digital traz para as organizações. Por meio de acesso a informações, conhecimento e práticas disponibilizadas em uma rede social, os doadores participantes podem se transformar em defensores de uma causa, e assim, estimular outros doadores a participarem da arrecadação de recursos.

Outra consequência da Internet foi o avanço progressivo do uso de meios de pagamento on-line. À medida que as pessoas ficavam mais confortáveis pagando bens e serviços, passaram a acreditar nas plataformas de doação, possibilitando diversos modelos de arrecadação, inclusive o hoje popular *crowdfunding*.

MÍDIA SOCIAL

Nos primeiros anos do século 21, a Internet se tornou ainda mais interativa. O Facebook foi fundado em 2004 e permitiu que organizações sem fins lucrativos iniciassem suas páginas em abril de 2006. Nesse momento, elas começaram a usar as mídias sociais para construir relacionamentos, compartilhar conteúdo e arrecadar fundos.

Mais uma vez, a tecnologia era nova, mas a mensagem era clássica: se todos participarem, podemos fazer algo novo. As mídias sociais forneceram uma maneira fácil para as pessoas compartilharem projetos com toda a sua rede social de uma só vez.

Em 2007, a Apple lançou o primeiro *smartphone*, seguido pela Google, em 2008. Esses smartphones não foram os primeiros celulares a se conectar à Internet, mas inauguraram uma nova era de usabilidade e conectividade. De repente, foi possível doar para uma instituição de caridade on-line de qualquer lugar, não apenas de um computador doméstico ou do local de trabalho. As organizações sem fins lucrativos e o financiamento coletivo tiveram de se adaptar novamente para possibilitar doações via *smartphone* e mensagem de texto.

CONCLUSÃO

Os avanços tecnológicos de cada dia podem parecer intimidadores. Mas o que une a arrecadação de fundos de 1900 até agora é conectar indivíduos, famílias, comunidades e toda a sociedade com causas que nem governos, e nem o mercado, isoladamente, podem mudar.

Como profissão, a captação de recursos é bastante jovem. Fizemos um tremendo progresso em organização, profissionalismo e tecnologia nos últimos anos. À medida que avançamos, não há dúvida de que faremos novas descobertas, tentaremos novas técnicas e desenvolveremos novas tecnologias. As principais técnicas de captação de recursos hoje se tornarão também parte da história. Ainda assim, quanto mais as coisas mudam, mais algumas coisas permanecem as mesmas: pessoas, generosidade e crença num mundo em que o bem comum deve orientar as decisões de doadores em benefício de nossa humanidade. 🍷



MONELLO CONTADORES

CONSULTORIA CONTÁBIL E FISCAL PARA O 3º SETOR

50 ANOS

de Compromisso com
as Entidades do Terceiro Setor

A Monello Contadores traz inovação e técnica contábil para as empresas do Terceiro Setor, Sua missão é promover segurança, transparência, planejamento e os melhores resultados, visando assim o desenvolvimento social de seus parceiros.

Nossa visão é prestar serviços contábeis, fiscais e de assessoria, sempre pautados pela ética, responsabilidade social e ambiental, características essenciais do Terceiro Setor.

O principal intuito da Monello Contadores é oferecer os melhores serviços àqueles que têm o interesse em se tornar parceiro na construções de um País mais justo e solidário.



**MONELLO
CONTADORES**

CONSULTORIA CONTÁBIL E FISCAL PARA O 3º SETOR

Escritório Contábil Dom Bosco

SÃO PAULO/SP:

Av. Gal. Olímpio da Silveira, 655 - 1º e 2º Andar

Perdizes - CEP 01150-001

Fone/Fax: (11) 3868.6333

www.monellocontadores.com.br



FORMAS INOVADORAS E

EFICAZES

ENTES

DE CAPTAR RECURSOS

Geralmente em dificuldades financeiras, organizações sociais recorrem a títulos de capitalização de “filantropia premiável”, franquias sociais e campanhas nas redes sociais para angariar mais dinheiro

POR LUCIANO GUIMARÃES



Em 2016, a edição nº 75 de *Filantropia* já mostrava, em sua reportagem de capa, os reflexos da forte queda no volume de recursos captados no ano anterior pelas organizações da sociedade civil, processo então agravado pela crise socioeconômica que desde 2012 já atingia o país – e perdura até agora.

Àquela altura, em todo o Brasil, milhares de gestores, temerosos com a continuidade das atividades realizadas pelas OSCs, buscavam alternativas viáveis para minimizar os impactos negativos da brusca diminuição na entrada de recursos.

De lá para cá, muitas coisas mudaram. De forma inédita, um ex-presidente da República foi preso; uma presidente foi destituída do cargo; mais uma vez, um vice assumiu a Presidência; e, politicamente, o Brasil se polarizou a tal ponto que desagregou famílias e acabou com longas amizades.

Apenas o problema de caixa enfrentado pelas organizações da sociedade civil não mudou. Ao longo dos últimos anos, os gestores têm se desdobrado à procura de mecanismos inovadores para gerar renda, como a venda de títulos de

capitalização, também conhecida como “filantropia premiável”, e o desenvolvimento de franquias sociais.

Nunca antes ferramentas como essas se mostraram tão fundamentais para a já fragilizada saúde financeira das ONGs, que atingiu níveis críticos a partir de fevereiro deste ano, com a chegada ao país da pandemia do novo coronavírus, circunstância agravada em março, com o início do isolamento social.

A quarentena tirou dessas entidades recursos geralmente obtidos em bazares, brechós e eventos beneficentes. Coube então aos gestores recorrer às vendas por lojas on-line próprias – nem sempre bem divulgadas ou em pleno funcionamento – ou de parceiros, para repor parte dessas perdas.

A partir deste cenário econômico deteriorado, as organizações se deram conta de que o tradicional trabalho de captação de recursos não está mais sendo suficiente para suprir a crescente necessidade de dinheiro.

Assim, quem já fazia parte de uma franquia social ou amalhava verbas a partir da venda de títulos de capitalização, não sentiu tão intensamente a crise econômica enfrentada pelo país nos últimos anos. Isso não significa, entretanto, que este quadro não possa se modificar com o passar do tempo.



FILANTROPIA PREMIÁVEL

Aprovado em maio de 2018 e em vigor desde 28 de abril de 2019, o novo Marco Regulatório da Capitalização criou normas específicas para a operação dos títulos de capitalização voltados às organizações sociais, que têm feito toda a diferença na caixa das entidades que operam esses papéis.

O normativo trouxe mais segurança jurídica e transparência às relações de consumo, condições que tornaram o ambiente de negócios bastante favorável para esta nova modalidade.

Os títulos da filantropia premiável permitem aos consumidores ceder seu direito de resgate para instituições de reconhecida atuação social, previamente credenciadas pelas empresas de capitalização e, ao mesmo tempo, participar de sorteios. Em 2019, os resgates alcançaram R\$ 381,6 milhões. Em contrapartida, os detentores dos títulos participam de sorteios de prêmios semanais, que são públicos e auditados.

Estes produtos já vinham sendo comercializados sob o guarda-chuva de outras modalidades (“popular” e “incentivo”) sem que, no entanto, tivessem regulamentação específica, esclarece a Federação Nacional de Capitalização (FenaCap).

“O mercado de capitalização, por meio dos títulos da modalidade filantropia premiável, tornou-se um relevante agente de

captação e repasse de recursos para organizações e hospitais filantrópicos, e muitas outras instituições que apoiam pessoas em situação de vulnerabilidade econômica e social. Muitas delas vêm sobrevivendo graças a esses aportes”, afirma Carlos Alberto Corrêa, diretor-executivo da entidade que representa as empresas deste setor.

Segundo a FenaCap, o mercado de capitalização encerrou 2019 com faturamento global de R\$ 23,9 bilhões, avanço de 13,8% em comparação ao ano anterior. Entre abril e dezembro, a modalidade filantropia premiável passou a responder por 6% do faturamento global do segmento, com uma receita de R\$ 1,3 bilhão.

“Com as restrições de verbas públicas e a falta de cultura para doações em nosso país, a filantropia premiável se tornou uma das mais importantes fontes de financiamento do trabalho social de boa parte das instituições. Algumas delas têm quase 100% da receita proveniente da capitalização, o que dá a dimensão desse mercado”, enfatiza o presidente da Associação Beneficária Nacional para Salvar Vidas (ANSV), Antonio Navarro.

O dirigente entende que a importância da filantropia premiável não é apenas social, mas também econômica. Conforme

“São instituições que atendem pelo Sistema Único de Saúde e operam com déficit crônico devido à grande defasagem das tabelas de pagamento”



Hospital Amaral Carvalho, um dos associados da ANSV que usa recursos da filantropia premiável

explica, os recursos repassados às entidades filantrópicas são variáveis, dependendo de fatores diversos, como a quantidade de títulos emitidos e os resultados das operações, ambos diferentes em cada local.

“Além de garantir receita para as entidades assistenciais, o mecanismo gera empregos, envolvendo cerca de 200 mil pessoas na distribuição dos títulos, e renda nos municípios de regiões mais carentes com os prêmios, pagamentos de impostos municipais e estaduais, além da compra de espaços nas mídias locais para divulgar o produto”, completa o dirigente.

Atualmente, 15 entidades ligadas à ANSV, reconhecidas como referência em suas áreas de atuação, angariam fundos por meio de títulos de capitalização de filantropia premiável, entre as quais Hospital Amaral Carvalho (Jaú, SP), Hospital de Amor (Barretos, SP), Hospital do Câncer Infantil Boldrini (Campinas, SP), Hospital das Clínicas do Paraná (Curitiba, PR), Federação das Apaes de São Paulo (São Paulo), Federação Catarinense de Basketball (Blumenau, SC) e Instituto do Câncer Infantil do Agreste (Caruaru, PE).

“A assistência que prestam aos mais carentes inclui atendimento oncológico para adultos e crianças, apoio às famílias de pacientes e aos portadores de necessidades especiais, além de inclusão por meio do esporte. São instituições que atendem pelo Sistema Único de Saúde e operam com déficit

crônico devido à grande defasagem das tabelas de pagamento”, comenta Navarro.

Consciente da importância da arrecadação gerada pelos títulos de capitalização, o Hospital do Câncer Infantil Boldrini aderiu a este segmento em maio de 2016, bem antes do marco regulatório. “Até hoje arrecadamos R\$ 48.315.429,75, aplicando 60% deste valor em investimentos e 40% em custeio da instituição”, celebra a médica e presidente da instituição, Sílvia Brandalise.

Segundo a gestora, de abril a dezembro de 2019, já operando com a filantropia premiável e recebendo repasses a cada 60 dias, a entidade angariou R\$ 17.286.990,42. Os títulos são produzidos e comercializados a partir de convênio com a Campinas Cap Intermediação e a Limeira Cap Intermediação.

O Hospital de Amor, de Barretos, também tem se beneficiado da filantropia premiável, por meio de dois títulos de capitalização – Hipersaúde e Saúde Cap, que rendem entre R\$ 2,5 milhões e 3 milhões mensais.

“Este aporte de recursos tem sido essencial para ajudar a suprir as deficiências financeiras das entidades que fazem uso dos títulos de capitalização. Nossa arrecadação, por exemplo, alivia cerca de 10% do nosso déficit”, salienta Henrique Prata, presidente do estabelecimento de saúde do interior paulista.



FRANQUIAS SOCIAIS

Publicada em 26 de dezembro de 2019 e em vigor desde março último, a Lei nº 13.996, que dispõe sobre franquias, promoveu mudanças com especial repercussão no Terceiro Setor, tanto para as entidades sem fins lucrativos das áreas de educação, saúde e assistência social, quanto para aquelas ligadas à inovação e tecnologia.

Presidente da Comissão de Direito do Terceiro Setor da Ordem dos Advogados do Brasil – São Paulo (OAB/SP), a advogada Ana Carolina Carrenho explica que o parágrafo 2º do artigo 1º desta nova legislação tornou legal a participação das entidades sem fins lucrativos neste setor.

“Assim, o que antes era aplicado por analogia, com a publicação do citado diploma normativo, agora deu às entidades muito mais segurança jurídica para atuação no denominado ‘Sistema de Franquia Social’ de forma mais customizada”, ressalta.

Ao contrário do modelo empresarial de franquia, o voltado à área social – ainda com poucos exemplos em operação no Brasil – não objetiva a distribuição de lucros, na medida em que possui como objeto principal a expansão e a replicação de um projeto social de sucesso.

“Não obstante a finalidade não lucrativa das franquias sociais, isso não afasta a possibilidade de estas entidades

desenvolverem um programa de geração de renda por meio da cobrança de *royalties*, sendo, para tanto, necessário observar as cautelas definidas no Código Tributário Nacional, em especial para que os valores auferidos sejam, obrigatoriamente, aplicados para o desenvolvimento das atividades sociais em território nacional”, esclarece a advogada.

Parte do rol de palestrantes da Rede Filantropia, a especialista chama a atenção para outra inovação importante trazida pela nova lei, a qual afastou o reconhecimento de vínculo empregatício do franqueador-apoiador em relação ao franqueado-parceiro ou a seus funcionários.

“Este dispositivo é capaz de proporcionar uma tranquilidade muito grande a dirigentes e gestores, que, muitas vezes, se sentem expostos a diversos riscos, como a sua inclusão como responsáveis solidários ou subsidiários no polo passivo”, ressalta Ana Carolina.

Pioneiro neste setor, o Programa Formare nasceu há 30 anos por iniciativa do Fundação Iochpe, transformando-se em franquia social em 2001. A ação promove a qualificação profissional para jovens de 17 a 20 anos em situação de desvantagem econômica e social. Este público-alvo é oriundo de famílias com renda média *per capita* familiar de, no máximo, um salário mínimo.



Edu Lyra, fundador da ONG Gerando Falcões

Programa realizado em parceria com companhias de médio e grande porte, dos mais diversos segmentos econômicos, hoje a Rede Formare conta com 43 empresas que mantêm 68 unidades formadoras de jovens em 52 municípios em 12 estados do Brasil, além de duas unidades no México.

“Um dos pilares do programa é o voluntariado corporativo, já que os próprios funcionários da empresa ministram as aulas e compartilham seu conhecimento como educadores. O Formare entende a empresa como um ambiente privilegiado de aprendizagem para o desenvolvimento de competências básicas para o trabalho e de competências específicas para o exercício de uma profissão e da cidadania”, comenta Claudio Anjos, presidente da Fundação Iochpe.

O gestor explica que todos os cursos promovidos incluem uma base comum, com unidades curriculares iguais para todas as empresas e uma base específica de unidades curriculares, desenhadas em sintonia com o negócio de cada parceiro, atendendo também as características do mercado de trabalho local. Os cursos têm carga horária mínima de 900 horas ao ano e são certificados pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), sendo reconhecidos pelo Ministério da Educação.

“Conseguimos altos índices de empregabilidade dos egressos. Em torno de 45% são contratados pela própria empresa

que os formou; por volta de 35% são contratados por outras empresas da região. Nossa média histórica fica em cerca de 80% de inserção de ex-alunos no mercado de trabalho formal”, enfatiza Anjos.

Desde 2017 igualmente atuando neste segmento, a ONG Gerando Falcões, fundada em 2013 pelo empreendedor Edu Lyra, oferece atividades e cursos de capacitação a 1,2 mil famílias de Poá, na região metropolitana de São Paulo.

A expansão do projeto começou a se desenhar em 2017, com o início da Rede do Gerando Falcões, a partir do apoio financeiro da Fundação Lemann, Giveme5, WiseUp e Aloha. Naquele ano foi iniciada a seleção dos primeiros líderes para expansão.

Em 2018, a rede foi ampliada com as inaugurações do Gerando Falcões – Vila Prudente – com o Polo Cultural e Esportivo – e do Polo Cultural e Esportivo no Vergel, por meio da ONG Mandaver. Neste período, a construtora Cyrela juntou-se à iniciativa.

A rede atualmente promove 87 programas em nove unidades, estando presente ainda, além de Poá e Vila Prudente, em comunidades no Guarujá (SP), Vila Dionísia (SP), São José do Rio Preto (SP) e Maceió (AL). “O meu sonho é criar a maior rede de ONGs do planeta e ajudar a mudar as favelas do Brasil”, projeta Lyra.



MÍDIAS SOCIAIS AMPLIAM CHANCES DE SE OBTER MAIS RECURSOS

De outro lado, muitas organizações com problemas de caixa estão optando por ideias alternativas e inovadoras, porém menos complexas e de resultados mais imediatos, especialmente na hora de captar recursos on-line.

O fundador do Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (Idis), Marcos Kisil, enumera ações atualmente usadas pelas OSCs, com o objetivo de captar mais recursos:

INDIVÍDUOS EM SUA REDE SOCIAL

Este tipo de captação responde por cerca de um terço de todas as doações on-line, o que a transforma em uma das melhores ideias para tal finalidade. A sugestão é incentivar cada doador a configurar em sua rede social páginas pessoais de captação de recursos para sua causa ou para organizações sociais que nela atuam.

Cada propulsor de sua rede empresta sua credibilidade para que se arrecadem os fundos necessários. De fato, um em cada quatro e-mails de solicitação gerados por indivíduos resulta

em doações. Quando enviados diretamente por uma organização, o índice de sucesso é de apenas um em 1.250 e-mails.

“Durante a pandemia do coronavírus, fui convidado a entrar em um grupo para contribuir com refeições para a iniciativa dos franciscanos que distribuem marmitas em frente à Igreja do Largo de São Francisco. Entrei com a solicitação em minha rede pessoal e consegui a adesão de mais de 50 doadores”, comenta.

FLASH POR UM DIA

A captação de fundos por e-mail pode ser feita por meio uma blitz de e-mail por um dia. Para tanto, a organização deve escolher uma data – se possível que tenha algum simbolismo. No dia marcado, envia-se uma série de e-mails solicitando doações. As mensagens devem incluir uma história emocional, imagens apropriadas e um plano de ação que expresse urgência.

Se o seu público responder mais positivamente às mídias sociais, convém experimentar uma blitz de compartilhamento no *Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn e Snapchat*, plataformas



FERNANDA PORTELLA/BAOBÁ

Equipe do Fundo Baobá

cujo poder de alcance já se mostrou eficiente para arrecadar fundos. Após a definição de uma meta financeira, publicam-se atualizações ao longo do dia para informar os apoiadores quanto aumentou e quão perto se está da meta. A campanha feita no *Giving Tuesday* é um bom exemplo.

Estabelecidos pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, nas instâncias federal, estadual e municipal, os Fundos Especiais – vinculados aos respectivos Conselhos de Direitos da Criança e do Adolescente – almejam maior captação de recursos para a área infanto-juvenil.

“Esses fundos são compostos por fontes de origens diversas e seus recursos são utilizados, exclusivamente, para o custeio de programas, ações e serviços dirigidos ao atendimento dos direitos de crianças e adolescentes. O Dia da Criança é uma excelente oportunidade para lembrar a sociedade sobre a importância de doar para estes fundos, especialmente em nível municipal”, salienta.

CONTRAPARTIDA DE DOAÇÕES

A ideia de *matching fund* (contrapartida de doações) necessita que uma empresa ou doador principal anuncie que está disposto a contribuir com um determinado valor se outros doadores aderirem. Podem estabelecer proporções de R\$ 1 para R\$ 1; R\$ 2 para R\$ 1 e assim por diante.

Constituído para ações em prol da população negra brasileira, o Baobá – Fundo para Equidade Racial nasceu com a missão de constituir-se como um fundo patrimonial, na medida


em que visa estabelecer uma nova forma de operação financeiramente sustentável. Ele funciona a partir de uma lógica de poupança e com retirada apenas de rendimentos, sem que o patrimônio principal seja consumido.

“Para ajudar essa nova organização e contribuir para a consolidação desse fundo perene, a Fundação Kellogg assumiu o compromisso de contribuir financeiramente para a consolidação deste fundo patrimonial, em que, para cada R\$ 1 doado em território nacional, o Fundo Baobá recebe outros R\$ 3,00”, frisa.

AQUISIÇÕES DE MÍDIAS SOCIAIS

Organize uma aquisição de mídia social, perguntando a um patrocinador corporativo ou parceiro da comunidade local se eles estariam dispostos a “doar” suas mídias sociais para você um dia do ano. Com a aquisição, sua equipe pode postar conteúdo ao longo do dia, com links para o site da organização ou para as páginas de mídia social. Esse método permite aumentar a visibilidade, além de solicitar recursos, de um público-alvo que pode não estar familiarizado com sua organização.

“Nos Estados Unidos, todos os anos, milhões de funcionários de várias companhias se envolvem no ambiente de trabalho, fazendo campanhas para apoiar as organizações locais em suas necessidades. Estas campanhas são lideradas pela United Way. As empresas emprestam as mídias sociais para envolver fornecedores, consumidores, funcionários e as próprias entidades beneficiárias”, finaliza. 🌱



**QUAL O CAMINHO
PARA MOBILIZAR
RECURSOS PARA
SUA ORGANIZAÇÃO?**

QUEM SOMOS

A Criando presta serviços para Organizações da Sociedade Civil e Negócios Sociais que queiram participar ativamente do desenvolvimento cultural e socioambiental.

SERVIÇOS



PLANO ESTRATÉGICO DE MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS



ELABORAÇÃO DE PROJETOS



ESTATUTOS E CERTIFICAÇÕES



INCENTIVOS FISCAIS



CRIAÇÃO DE INDICADORES



CURSOS E OFICINAS



INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

CONTATE-NOS



ESTRUTURA MÍNIMA EM TEMPOS DE PANDEMIA

Orientações preliminares para a estruturação jurídica de projetos sociais surgidos durante a pandemia

Diversas iniciativas sociais estão surgindo informalmente para combater os efeitos da pandemia de Covid-19, demonstrando que há uma grande movimentação da sociedade para ajudar as pessoas em situação mais vulnerável. Sabe-se que as consequências da pandemia serão enormes, o que tornará essas ações ainda mais necessárias por um longo período.

Entretanto, sem estruturação jurídica, as iniciativas sociais podem acabar após a pandemia. Assim, o objetivo deste artigo é trazer aos grupos informais, líderes de movimentos sociais, braços de responsabilidade social de empresas e outros interessados, orientações jurídicas preliminares sobre a constituição de uma instituição do Terceiro Setor (também denominada “Organização da Sociedade Civil – OSC”, nos termos da Lei nº 13.019/2014).

Há diversas vantagens em se constituir uma organização do Terceiro Setor, que podem variar conforme o caso. De forma geral, destacamos como ganhos a composição de uma governança apropriada para a consecução do objeto social, a profissionalização das atividades, a garantia de maior transparência e credibilidade junto aos parceiros, doadores e sociedade em



ERIKA
SPALDING



CAMILA
CORAZZA
BORENSTEIN

geral, e a adequada canalização dos recursos financeiros. Também pode possibilitar o acesso a incentivos fiscais, imunidade e isenções tributárias, parcerias com o poder público, patrocínios de empresas e participação em editais de fomento, ampliando sobremaneira as oportunidades para captação de recursos.

O primeiro passo para a constituição é a escolha da natureza jurídica da organização. À luz do ordenamento jurídico brasileiro, as formas mais comuns de pessoas jurídicas sem fins lucrativos são as associações e as fundações. Serão abordados, a seguir, os principais traços distintivos entre elas, ao mesmo tempo em que serão apresentadas algumas orientações iniciais.

As associações têm como característica fundamental o elemento *peçoal*, consubstanciado por meio da reunião de pessoas (os “associados”) para fins distintos do lucro. As fundações também não possuem finalidade lucrativa, mas o elemento central é o *patrimônio*. Uma fundação é um acervo de bens livres que recebe da lei a capacidade jurídica para realizar as finalidades pretendidas pelo seu instituidor, em atenção ao seu estatuto.

A criação de uma associação independe de autorização do Poder Público, e sua existência inicia-se, no

Erika Spalding é sócia responsável pelas áreas de Terceiro Setor e Investimento Social Privado do escritório Spalding Sertori Advogados, especializada em assessoria jurídica para organizações sem fins lucrativos. É graduada pela PUC/SP e Mestre pela Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas. Camila Corazza Borenstein é sócia da área de Terceiro Setor e Investimento Social Privado do escritório Spalding Sertori Advogados. Presta assessoria jurídica para organizações sem fins lucrativos. Graduada em Direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie e em Comunicação Social pela Faculdade Cásper Libero.

plano legal, com a inscrição de seus atos constitutivos (ata de constituição com a aprovação do Estatuto Social e eleição dos dirigentes) no Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas da sede da organização. A constituição de uma fundação, por sua vez, é feita por escritura pública ou testamento, devendo o instrumento de constituição, após aprovado pelo Ministério Público, ser registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, momento em que começará a existência legal da fundação.

Em relação aos *objetivos*, enquanto nas associações eles são definidos pelos próprios associados e podem sofrer alterações, nas fundações são determinados pelos instituidores, e têm o condão de reger a fundação por toda a sua existência.

A união de pessoas sob a forma de associação presta-se aos mais diversos objetivos (por exemplo, educacionais, culturais e assistenciais). É certo, por outro lado, que algumas associações terão um caráter essencialmente social ou de interesse público, enquanto em outras, prevalecerá primordialmente o interesse dos próprios associados.

Com relação às finalidades possíveis para a instituição de fundações, o artigo 62, parágrafo único do Código Civil, menciona: (i) assistência social; (ii) cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico; (iii) educação; (iv) saúde; (v) segurança alimentar e nutricional; (vi) defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável; (vii) pesquisa científica, desenvolvimento de tecnologias alternativas, modernização de sistemas de gestão, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos; (viii) promoção da ética, da cidadania, da democracia e dos direitos humanos; e (ix) atividades religiosas.

De toda maneira, está claro que tal dispositivo não se presta a afixar um rol taxativo e nem limitativo acerca das atividades fundacionais, sendo cabível interpretação mais extensiva, desde que, por óbvio, a organização seja sem fins lucrativos e atenda ao interesse coletivo, o que pode abarcar diversas outras atividades - entre elas o esporte, a moradia, a gestão de fundos patrimoniais, e a promoção do voluntariado.

Quanto ao elemento *patrimonial*, não existe obrigatoriedade de dotação inicial para constituição das associações. Já para as fundações, o patrimônio é condição indispensável e deve ser suficiente para o cumprimento das finalidades institucionais inscritas no estatuto da organização. Poderão lhes ser dotados quaisquer tipos de bens, o que inclui tanto imóveis quanto bens móveis, desde que “livres”. Ou seja, desde não estejam gravados com qualquer tipo de ônus e cuja alienação não prejudique terceiros.

A *fiscalização* nas associações é feita pelos próprios associados, enquanto nas fundações existe o velamento do Ministério Público, ao qual se prestam contas.

Quanto à *administração*, enquanto nas associações predomina a vontade dos associados, nas fundações a forma de gestão é estabelecida pelos instituidores, cabendo aos órgãos deliberativos e administrativos, de acordo com as competências previamente estabelecidas nos estatutos, buscar satisfazê-la.

Ainda com relação à *governança*, normalmente os órgãos estabelecidos nos estatutos são: assembleia geral para associações ou conselho curador para fundações, diretoria e conselho fiscal. É possível, ainda, a existência de outros órgãos, como conselhos técnicos e consultivos.

Com relação à elaboração do *estatuto*, em todos os casos, recomenda-se que seja claro, preciso e completo, especialmente quanto à construção do objeto e das regras de funcionamento, sendo aconselhável a previsão expressa, dentre outros, dos seguintes pontos: (i) denominação, fins, sede e tempo de duração; (ii) fontes de recursos para sua manutenção; (iii) condições para a alteração das disposições estatutárias e para a dissolução ou extinção da organização; (iv) forma de gestão administrativa e de aprovação das respectivas contas; (v) representação da organização em juízo e fora dele; (vi) as responsabilidades dos dirigentes e membros.

Além dos pontos acima, os estatutos das associações também devem dispor sobre os requisitos para a admissão, demissão e exclusão de associados, seus direitos e deveres, sobre as categorias dos associados, entre outros.

No caso das fundações, também é comum que tratem do patrimônio com o qual o instituidor irá dotar a fundação e da fiscalização pelo Ministério Público. A elaboração do estatuto requer cautela, pois eventual reforma das disposições estatutárias implica a deliberação de, no mínimo, dois terços dos competentes para gerir e representar a fundação, sendo necessária aprovação do Ministério Público. Além do que, não são admitidas alterações que contrariem ou desvirtuem a finalidade inicial da fundação.

A definição de determinados pontos no estatuto também é condição determinante para que a organização possa pleitear títulos, fazer jus a incentivos ou benefícios fiscais ou, ainda, para que seja possível a celebração de parcerias com o poder público.

É altamente recomendável que o texto estatutário atenda aos preceitos da Lei nº 13.019/2014 (“Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil – MROSC”), incluindo previsões relativas à transparência, destinação de recursos, não vinculação a campanhas político-partidárias, dentre outras. Com isso, a organização terá o enquadramento na definição de OSC e poderá gozar dos benefícios específicos da lei, como a fruição do incentivo fiscal de que trata seu artigo 84-B, que permite receber doações dedutíveis até o limite de 2% do lucro operacional da pessoa jurídica doadora (tributada pelo lucro real).

Como se vê, há diversos requisitos a serem cumpridos, bem como aspectos particulares de cada iniciativa social a serem considerados, para a adequada constituição de uma pessoa jurídica sem fins lucrativos. Entretanto, superado este momento inicial de criação da associação ou fundação, certamente a estruturação jurídica contribuirá fortemente para a continuidade, o fortalecimento e a viabilidade econômica de projetos sociais surgidos em virtude da pandemia. 🌐



RESPONSABILIDADE COMPARTILHADA

O administrador também deve se responsabilizar pela contabilidade do negócio, juntamente com o contador



RÉGIS
MONTEIRO
FERREIRA



WARLEY DE
OLIVEIRA
DIAS

De quem é a responsabilidade pela apresentação e divulgação da contabilidade de forma adequada, suficiente, completa, segura, com transparência e credibilidade para os stakeholders? A resposta inicial parece fácil: do contador. Mas, será?

Fomos estudar as leis e as normas para buscar a fundamentação necessária para responder à questão que não quer se calar neste momento.

A primeira análise está na responsabilização pela gestão dos negócios. O Código Civil deixa clara a responsabilidade do administrador/gestor sobre os seus atos praticados, e ainda, o implica na indenização, em caso de geração de prejuízos

ao negócio. A luz acesa com a leitura do artigo 866 traz para a discussão imediata a responsabilidade do administrador na condução diligente, com competência e seriedade, das operações e dos negócios da organização, sobre a pena de ter de ressarcir os prejuízos causados aos interessados pela informação e pelos resultados do negócio, os “famosos” stakeholders.

Mais à frente, nos artigos 927, 1011, 1016, e 1017, o legislador fala inclusive da obrigação do administrador/gestor de ressarcir os stakeholders no caso de prática de ato ilícito na gestão dos negócios. Aqui se vê a preocupação explícita do legislador com a idoneidade do administrador/gestor e com as práticas

Régis Ferreira é mestre em Contabilidade e Controladoria pela UFMG, MBA executivo em Finanças pelo IBMEC, Contador pela UFMG, Diretor da R&R Auditoria e Consultoria – empresa especializada em Auditorias para o Terceiro Setor desde 1990 (25 anos de experiência no terceiro setor). Gestor e professor da Pós-Graduação Contabilidade e Gestão para o Terceiro Setor (FBMG).

Warley Dias é mestre em Contabilidade e Controladoria pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), é diretor nas empresas R&R Auditoria e Consultoria e Value Gestão de Negócios. Professor da pós-graduação em Contabilidade e Gestão para o Terceiro Setor da Faculdade Batista de Minas Gerais (FBMG).

de operações pautadas na ética, na honestidade e no caráter da direção na condução dos negócios.

O Código Civil ainda especifica a responsabilidade do administrador/gestor no caso de uso indevido do negócio e das operações com objetivos particulares e para os interesses próprios, sinalizando também a obrigação de ressarcir o prejudicado no caso de enriquecimento alheio.

Na Seção III, destaca-se que o administrador/gestor é quem deve apresentar anualmente (ao fim de cada exercício) o Inventário, o Balanço Patrimonial e a Demonstração de Resultados do Período. Nesse sentido, fica explícita a responsabilidade do administrador pela apresentação das demonstrações contábeis no Código Civil. Inclusive é de praxe que o administrador seja o primeiro a assinar os documentos contábeis, responsabilizando-se, assim, pelas informações com o contador.

É importante abrir um parêntese na discussão sobre responsabilização das informações contábeis para destacar que o artigo 970 do Código Civil exclui da obrigação de apresentação de contabilidade formal somente o empresário rural e o microempresário, aos quais é assegurado o tratamento diferenciado e simplificado (como nos casos de MEI – Micro Empreendedor Individual). Ou seja, para a maioria esmagadora dos negócios formais (empresas, entidades, organizações, ou qual seja o nome), é obrigatória a apresentação formal de contabilidade.

A responsabilidade do administrador de empresas de médio e grande porte é amplamente divulgada e facilmente digerida pelos gestores, principalmente após a promulgação da Lei das Sociedades Anônimas - 6404/76. Na seção IV, o legislador explicita os deveres, responsabilidades e, inclusive, o dever de diligência dos administradores. Os artigos 154 a 159 descrevem que o administrador deve agir no interesse da organização e satisfazer o interesse público e social da companhia, além de vedar o uso da gestão para os próprios interesses ou de outros além dos de stakeholders e da organização, permitindo responsabilizar os administradores pelos prejuízos decorrentes de atos irregulares e ao patrimônio. Destacam, ainda, a necessidade de comunicar as informações importantes para os stakeholders e de evidenciar tudo o que pode interessar a eles.

O próprio Conselho Federal de Contabilidade (CFC), que regulamenta a profissão do contador, sentiu necessidade de deixar claro, até para os gestores de organizações de pequenos negócios, a responsabilidade desses administradores e a limitação

O Código Civil ainda especifica a responsabilidade do administrador/gestor no caso de uso indevido do negócio e das operações com objetivos particulares e para os interesses próprios

da atividade do contador na apresentação formal da contabilidade de forma isolada.

Para tanto, o CFC redigiu legislação própria para pequenas organizações em que destaca as responsabilidades dos administradores e limita a atuação dos contadores, uma vez que, neste tamanho de negócio, o administrador geralmente é o próprio sócio (proprietário). O contador depende de informações que são geradas e disponibilizadas pela administração dessas organizações para a realização tempestiva e uniforme da escrituração contábil e a consequente elaboração da contabilidade, mesmo nas microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP).

Nessa legislação, o CFC define a necessidade de uma Carta de Representação, nos mesmos moldes já apresentados por médias e grandes organizações, e define que esse documento deva ser anexado ao Livro Diário, de forma a dar robustez ao cumprimento da obrigação acessória, que tem por objetivo salvaguardar o profissional da contabilidade sobre sua responsabilidade pela realização da escrituração contábil. Assim, a legislação visa segregar e distinguir as responsabilidades do contador daquelas da administração da organização, sobretudo no que se refere à manutenção dos controles internos e ao acesso às informações.

Esta carta de responsabilidade do gestor destaca pontos importantes, exigindo que o administrador declare ser o real responsável pela gestão, controles internos, processos e desempenho da organização. Além disso, ele também deve declarar:

- que é o responsável pela organização e pela gestão
- que os controles internos adotados pela empresa são de responsabilidade da administração e estão adequados ao tipo de atividade e volume de transações;
- que não realizou nenhum tipo de operação que possa ser considerada ilegal, frente à legislação vigente;

O que queremos dizer ao vincular a informação contábil com a TI é que o ambiente de responsabilidade, assegurabilidade, auditabilidade, consistência e tempestividade na geração de informações contábeis é de responsabilidade do gestor/administrador

- que todos os documentos que gerou e recebeu dos fornecedores estão revestidos de total idoneidade;
- que os estoques registrados em conta própria foram avaliados, contados e levantados fisicamente e perfazem a realidade do período encerrado em <<ANO BASE>>;
- que as informações registradas no sistema de gestão e controle interno, denominado <<SISTEMA EM USO>>, são controladas e validadas com documentação suporte adequada, sendo de inteira responsabilidade do administrado todo o conteúdo do banco de dados e arquivos eletrônicos gerados;
- que não tem conhecimento de quaisquer fatos ocorridos no período base que possam afetar as demonstrações contábeis ou que as afetam até a data desta carta ou, ainda, que possam afetar a continuidade das operações da empresa;
- que não houve: fraude envolvendo administração ou empregados em cargos de responsabilidade ou confiança; fraude envolvendo terceiros que poderiam ter efeito material nas demonstrações contábeis; violação ou possíveis violações de leis, normas ou regulamentos cujos efeitos deveriam ser considerados para divulgação nas demonstrações contábeis, ou mesmo dar origem ao registro de provisão para contingências passivas.

Fizemos questão de destacar a Carta de Responsabilidade para as pequenas organizações, já que para as médias e grandes operações, principalmente para empresas auditadas, este documento é mais amplamente divulgado.

Seguindo a estrada de responsabilidades, de prestação de contas e divulgação de informação fidedigna, com ética, transparência e acurácia, destacamos que é imprescindível que o gestor atue com Sistema de Informação (ideal um Sistema Integrado de Gestão Empresarial informatizado – ERP), que forneça com segurança informações úteis, tempestivas e de qualidade para que o contador possa elaborar a contabilidade com segurança e confiabilidade.

Ou seja, para se ter uma boa informação contábil, que assegure a lisura dos atos administrativos e financeiros, é preciso lidar com a Tecnologia da Informação (TI) como ferramenta para melhorar o tempo e a qualidade dos atos e fatos praticados no dia a dia das organizações que, na sequência, serão integrados e transformados em fatos contábeis para a geração das demonstrações contábeis de forma confiável e segura.

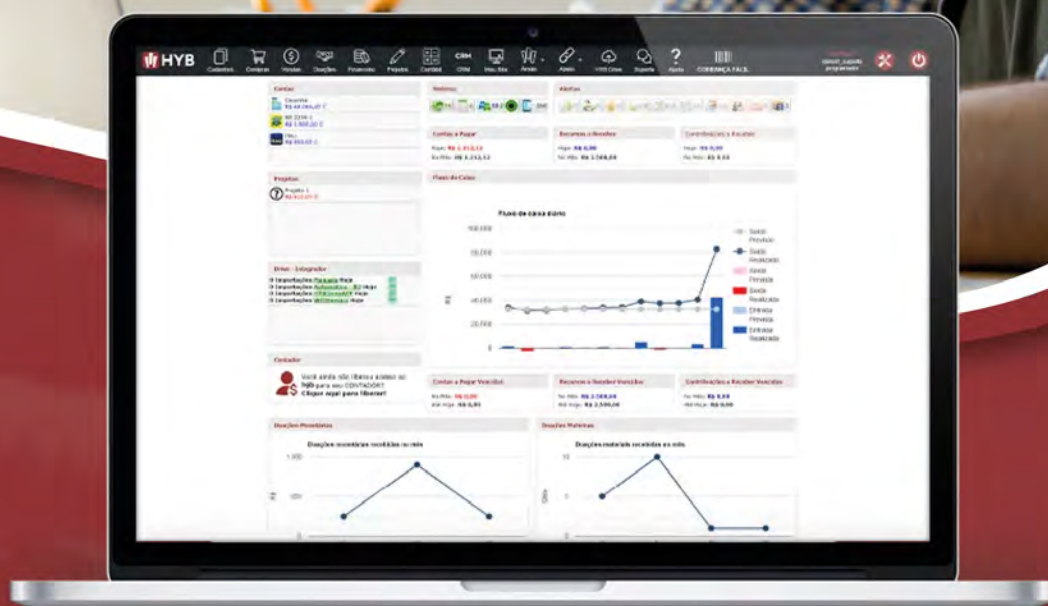
O que queremos dizer ao vincular a informação contábil com a TI é que o ambiente de responsabilidade, assegurabilidade, auditabilidade, consistência e tempestividade na geração de informações contábeis é de responsabilidade do gestor/administrador. Isso também incentiva a evolução do ambiente tecnológico dentro das organizações, e por isso deve estar no foco dos gestores.

Outro benefício da tecnologia para a contabilidade está no atendimento às demandas de informações fiscais, as chamadas obrigações acessórias. Nesse sentido, a correta parametrização dos Sistemas e Integração com a Contabilidade facilita substancialmente a geração de arquivos eletrônicos com conteúdo e forma requeridos pelo governo, em especial para o grande volume de obrigações demandadas após a implantação do projeto Sistema Público de Escrituração Digital (SPED).

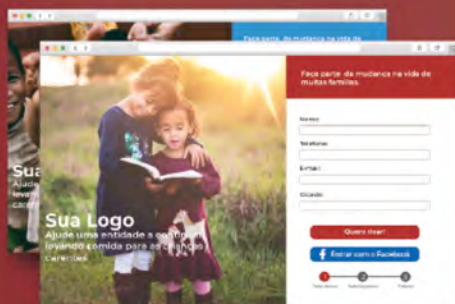
Não é possível administrar e gerir as informações com o atual ambiente de complexidade e de responsabilidade real dos gestores e dos contadores das organizações (sem que elas passem por um processo de “automatização e integração” de suas rotinas e tarefas, seja na esfera comercial, operacional, administrativa ou contábil).

O administrador deve ter um contador profissional, atualizado, dinâmico, ético, conhecedor do segmento de atuação e com total engajamento com a organização. É necessário se envolver com os gestores e entender os sistemas das organizações, com o objetivo de produzir a informação contábil com o nível de qualidade exigida, no prazo requerido e de forma transparente e confiável. 🌐

Organize, Arrecade e Cresça.



- ✓ Faça a gestão da sua entidade
- ✓ Integre financeiro e contábil
- ✓ Receba através de boleto e cartão




Página de doação online para aumentar a arrecadação da sua entidade.



(55) 3219-1939
contato@hyb.com.br
/SoftwareHYB

HYB.COM.BR



O NOVO NORMAL DO TERCEIRO SETOR



MARCOS
BIASIOLI

Brasil, no final do ano passado, contabilizava sinais de pujanças econômicas. Os economistas projetavam um crescimento de 2,3% do PIB, as bolsas de valores chegaram a bater 112,5 mil pontos e a taxa básica de juros, SELIC, caiu de 6,5% para 4,5% em menos de um ano, demonstrando a retração da necessidade do financiamento da dívida pública. Além disso, o lucro das empresas brasileiras com ações na Bolsa vinha de um crescimento de 42%, o que representou cerca de R\$ 177,5 bilhões.

Os quatro maiores bancos do Brasil apresentaram performance similar, uma vez que os lucros cresceram 18% e os ganhos alcançaram R\$ 81,5 bilhões. A taxa de desemprego vinha, ainda que timidamente, caindo, de 12,3% em 2018, para 11,9% em 2019.

Contudo, não é menos verdade que o movimento capitalista, que estava produzindo tamanha riqueza, também estava trazendo algo nocivo. Não apenas em decorrência das atividades brasileiras, mas do mundo corporativo num cenário global, em especial contra o meio ambiente, por meio das mutações climáticas que ceifaram a vida de muitas pessoas em catástrofes e acidentes naturais. No Brasil, houve os casos Mariana, Brumadinho e Angra dos Reis. No mundo, vimos inundações que mataram centenas de pessoas na Índia, o maior ciclone em 11 anos no Moçambique, o maior terremoto já visto na Albânia, um tufão Hagibis com ventos de até 200 km/h no Japão e o furacão Dorian no Caribe, entre tantos outros.

Não faltaram explorações, em muitos casos, de trabalhadores. Alguns inclusive vítimas de escravidão (ou condição análoga), cujos atos foram debelados pela força policial. Muitos filhos viveram como órfãos, com seus pais *workaholics* consumidos pelo trabalho, dando margem à terceirização da educação doméstica e até do carinho parental. Famílias foram separadas pela rotina perdulária, não foram poucos os casamentos desmantelados, houve desprezo pelas causas sociais e muito mais. Vivia-se um conflito velado em prol do capitalismo.

De repente, o mundo desabou com a chegada de um vírus dizimador de vidas, que obrigou o fechamento da “máquina” produtiva, derrubando a economia mundial. Engaiolou as pessoas dentro de casa, obrigando-as a fazer algo que a vida já havia lhes oferecido, mas a embriaguez da rotina estava ofuscando

suas visões, como deleitar a família e encontrar uma matize diferente ao bem viver.

É fato que nem todos puderam e podem ficar em casa ao lado da família, como os heroicos profissionais da saúde e também aqueles que integram o rol dos desvalidos - que, no Brasil, somam mais de 13,5 milhões. Muito menos trabalhar por meio de recursos da internet, pois sequer computador possuem, quanto menos os 20 milhões que já estavam sem emprego. Porém, não existe margem de dúvida que toda essa mudança está movimentando o mundo, que ainda chora pelas perdas de vidas, mas ao mesmo tempo se empodera com experiências construtoras para uma rotina diferente. E como dizia Francis Bacon, “*não se aprende bem a não ser pela experiência*”.

Este vírus está mostrando ao mundo que a equação de 16 horas na rua contra 8 em casa (incluindo o sono necessário), pode trazer riqueza - mas não harmonia, convívio familiar e felicidade. E, infelizmente, a letalidade é que está vaticinando este alerta por via oblíqua.

É chegada a hora, então, de desbravar um novo normal; não aquele alardeado em simples protocolos sanitários, como o uso de máscaras, assepsia, evitar aglomeração. Mas uma ampla mudança do viver, que não cabe apenas às pessoas, mas notadamente ao Estado, às empresas e às sociedades civis organizadas integrantes do Terceiro Setor.

Neste contexto, a reflexão a seguir busca encontrar respostas sobre o “novo normal” a que as organizações sociais estarão sujeitas, sob os eixos econômico, social e estrutural.

ECONÔMICO

A Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR) trouxe ao mercado uma importante ferramenta que funciona como uma régua mensuradora do volume de recursos doados pela iniciativa privada ao cuidado/combate e proteção em relação ao coronavírus.

A ferramenta aponta que a crise atual sensibilizou pessoas e empresas dos mais diversos segmentos, conforme se observa nas tabelas da página seguinte, cujo total de doações ruma para R\$ 6 bilhões, realizadas em pouco mais de dois meses.

Esta métrica pode, em função de derivar de informações coletadas da internet e/ou prestadas pelos

DOAÇÕES CONSOLIDADAS POR CLASSIFICAÇÃO DO DOADOR: (APENAS DOS QUE CONSTAM DA LISTA ABAIXO)

Classificação	Total Doado (em R\$)	Percentual
Empresas	5.006.372.740	83%
Campanhas e Lives	363.038.731	6%
Indivíduos e Famílias	261.056.000	4%
Fundações, Institutos e Fundos Filantrópicos	228.744.840	4%
Administração Pública	169.213.735	3%
Sindicatos	5.209.050	0%
Cooperativas	2.000.000	0%
Igrejas	21.000	0%

DOAÇÕES CONSOLIDADAS POR ORIGEM DO DOADOR: (APENAS DOS QUE CONSTAM DA LISTA ABAIXO)

Tipo	Total Doado (em R\$)	Percentual
Sistema Financeiro	1.848.369.245	31%
Alimentação e Bebida	780.153.000	13%
Mineração	584.836.000	10%
Campanhas de Doação e Lives	363.038.731	6%
Famílias e Indivíduos	303.110.188	5%
Saúde	290.510.275	5%
Educação	270.194.608	4%
Energia	234.429.000	4%
Autarquia/Fundacional/Público	169.213.735	3%
Mobilidade e Logística	153.537.786	3%
Produtos de Consumo	149.601.000	2%
Comércio Eletrônico e Tecnologia	138.726.000	2%
Outros setores (21)	749.936.529	9%

próprios doadores, até estar subestimada, pois muitas iniciativas preferem o anonimato à publicidade.

Contudo, o que vale para a reflexão não é o valor propriamente registrado, mas sim o conceito de solidariedade, jamais visto com tamanho calibre econômico. Isto prova que, no atual cenário, a vida tem preço. Sem o socorro econômico, tanto da esfera pública como da privada, o número de pessoas que perderam a vida seguramente já teria ultrapassado os atuais.

Sabemos que a pandemia é passageira, visto que muitos países asiáticos e europeus viveram dias com milhares de óbitos e já retomaram a vida cotidiana, apesar da cautela. No Brasil, não deve ser diferente.

Com a diminuição das vítimas de coronavírus, haverá um arrefecimento de recursos destinados aos seus reflexos, tanto do orçamento público (tido como de guerra), como das doações

privadas, sendo que a pandemia deixará de ter um “caixa eletrônico”. Porém, o conceito solidário é que não pode acabar.

O Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS) divulgou em uma pesquisa que apenas 26% dos doadores acham as ONGs confiáveis. Outro estudo apontou que sete em cada dez pessoas relatam ter doado dinheiro, porém 58% destinaram suas doações para organizações religiosas em detrimento das demais ONGs, laicas. Isso demonstra que as pessoas acreditam mais no trabalho liderado pelos homens de fé do que aqueles que voluntariamente trabalham em prol do bem, sem a batina.

Estes estudos apontam que o Terceiro Setor, sob o ponto de vista econômico, não pode deixar que haja um desencorajamento dos doadores, pós-pandemia, mas, sim, que seja perpetuada a concepção da doação. Entretanto, o ponto nuclear que sustenta a doação, depois da causa, é a certeza de que o recurso

será gerido com ampla retidão em prol das causas vítimas das desigualdades sociais, obedecendo rigoroso critério contábil, econômico e fiscal - ou seja, em conformidade com a lei.

O Terceiro Setor também deve mostrar que, assim como a Covid-19, a cada ano morre, no Brasil, mais de um milhão de pessoas vítimas de outras causas. Muitas delas são combatidas pelas organizações sociais de maneira mais silenciosa, como mostra o gráfico divulgado pela Secretaria de Vigilância em Saúde.

Não são poucas as organizações beneficentes focadas em saúde, ou seja, que se dedicam às cinco maiores causas de óbito no país. Outras tantas direcionam seus fins para combater a violência, sexta maior causa de morte no país. Sem falar naquelas que tratam pessoas vítimas de alcoolismo, que transforma o vício em doença - cirrose, décima principal causa de morte -, além daquelas que trabalham pela educação, cujo magistério minora a violência, o racismo, a desigualdade, produz a integração ao mercado do trabalho e muito mais.

Assim, o “novo normal” do Terceiro Setor, sob o aspecto econômico, é a resiliência perante doadores e agentes públicos — que muitas vezes repassam migalhas às organizações sociais — sobre causas tão nocivas quanto o coronavírus.

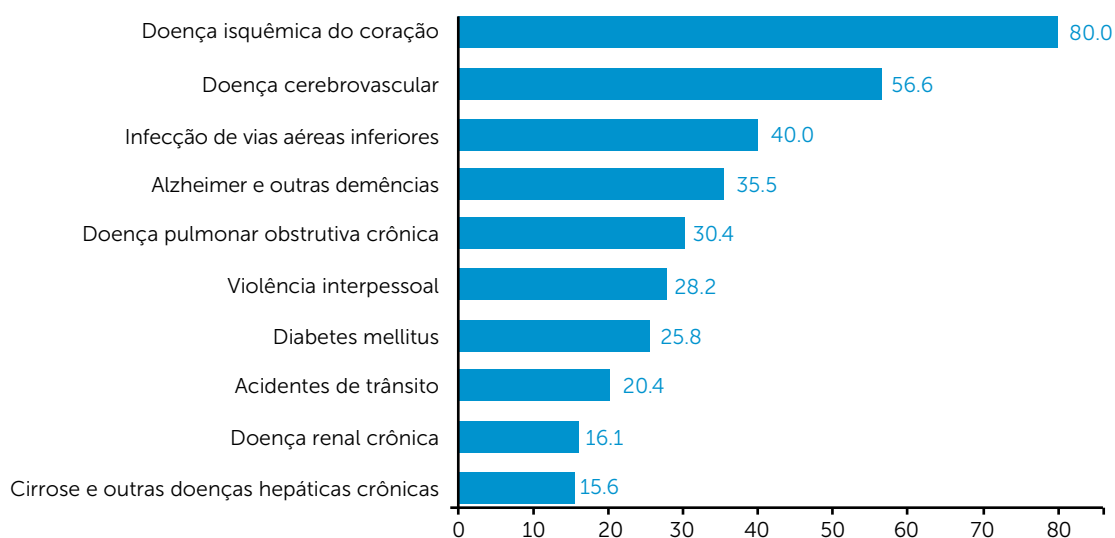
De outro lado, a fidelização não deriva apenas da causa, mas sim do melhor extrato de transparência no combate das mazelas e na eficiência da governança social. E, principalmente, na busca do maior envolvimento de todos os atores (*stakeholders*) no processo, que somados farão a construção de uma marca transformadora de vidas, capaz de manter em funcionamento o “caixa eletrônico” da doação.

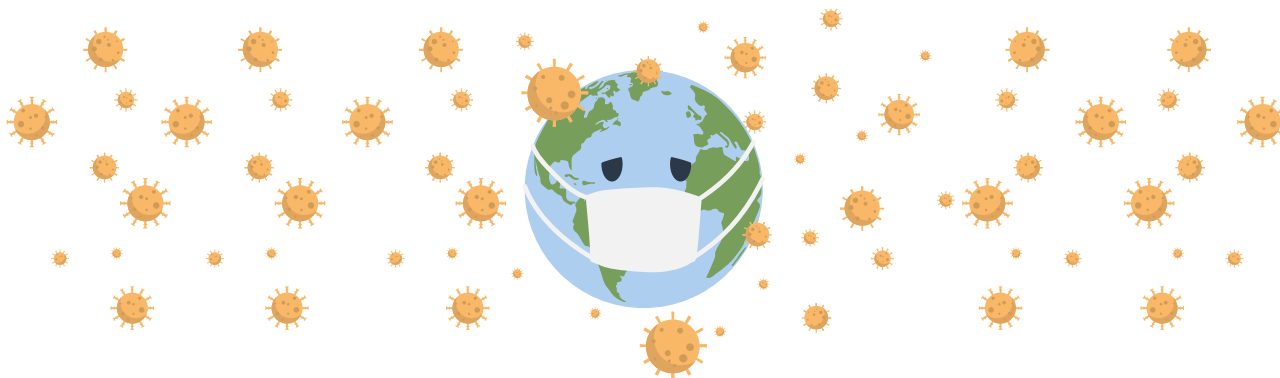
O ponto nuclear que sustenta a doação, depois da causa, é a certeza de que o recurso será gerido com ampla retidão em prol das causas vítimas das desigualdades sociais, obedecendo rigoroso critério contábil, econômico e fiscal

SOCIAL

A qualificação de organização beneficente assistencialista é conferida a quem promove: (a) o atendimento dirigido às famílias e indivíduos em situações de vulnerabilidade ou risco social e pessoal; (b) o fortalecimento dos movimentos sociais e das organizações de usuários e para formação e capacitação de lideranças, dirigidos ao público da política de assistência social; (c) a defesa e garantia de direitos. A mesma qualificação é conferida para a organização educacional que alfabetiza e forma de maneira regular quem experimenta vulneração social. As instituições de saúde são qualificadas mediante o atendimento de pessoas egressas do Sistema Único de Saúde (SUS), ou seja, que não reúnem condições de bancar um sistema privado de saúde.

10 PRINCIPAIS CAUSAS DA MORTALIDADE NO BRASIL, EM TODAS IDADES (2017)





É importante destacar que essas finalidades imbricam direta ou indiretamente nas 169 metas e nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pelos 193 Estados-membros das Nações Unidas, entre eles o Brasil.

Qualquer que seja a finalidade social das organizações beneficentes, elas estão à serviço da dizimação/minoração das desigualdades e da transformação do planeta, o que eleva sua responsabilidade.

Contudo, o coronavírus não deixou ilesas as instituições sociais obstinadas em cumprir os ODS, visto que muitas tiveram de interromper o atendimento, ainda que parcialmente, devido ao distanciamento e isolamento social. Viu-se, então, o Estado promover o financiamento aos desvalidos, via abono emergencial, a um custo de mais de R\$ 50 bilhões, beneficiando mais de 24,5 milhões de pessoas. As famílias, por sua vez, deixaram de confiar o serviço de tutela aos filhos, idosos, doentes, PCDs e outros. Criou-se, então, uma mudança de cultura social.

Já o Estado está vendo que não adianta investir maciçamente em infraestrutura - como aquela da Copa do Mundo de futebol, que consumiu milhões da caixa pública - em detrimento de pessoas. Existem hoje, no Brasil, 13,5 milhões de pessoas vivendo com menos de USD 1,9 por dia, ou seja, em extrema pobreza, sem qualquer condição sanitária. Quando há uma pandemia como a que estamos vivendo, elas sequer têm um mero aparelho respiratório para salvar sua vida. O novo normal social ao Estado deve estar pautado no enfrentamento das causas que visam a prevenção e não a reação, pois ela custa vidas.

Para as famílias assistidas, o novo normal social seguramente derivará do que estão atualmente experimentando, ou seja, do exercício de novas façanhas. Seja adequando a coabitação por meio de um reinvento doméstico e profissional, que pode representar um novo normal para elas, e provocar uma mudança perene.

Já o Terceiro Setor, tido como uma cegonha do bem estar, também terá de se reinventar e buscar o novo normal social. Será necessário mudar muitas vezes até a forma de prestar os serviços sociais. Por exemplo, em vez de acolher, capacitar os beneficiários e suas famílias a produzir, ou seja, educar para

não faltar. Levar o social para dentro dos lares dos desvalidos, e não esperar que eles venham buscar, cuja saga pode propiciar uma nova descoberta de produzir o bem.

Outra missão do Terceiro Setor diante do novo normal social é a eterna e beligerante vigilância do orçamento público, pois não existe mais margem para uma Santa Casa Filantrópica, por exemplo, ficar à mercê do Estado, à espera de um respirador ou repasse de recursos para a sua aquisição, enquanto pessoas perdem vidas por desperdício da poupança pública em época de pujança econômica. O governo e/ou o gestor público não é o dono do cofre, mas o depositário dele, de modo que a ingerência do recurso público não pode ser relegada, mas sim suscitada até em raias judiciais, mediante provocação do Ministério Público. O coronavírus veio ceifar o refestelar daqueles que esperam pela mera sensibilidade do gestor público.

Enfim, o novo normal social do Terceiro Setor reclama “atitude” com relação a todos os atores, desde o Estado até os próprios usuários dos programas sociais.

ESTRUTURAL

Entendemos que, num futuro próximo, haverá regras sanitárias não só protocolares, mas punitivas, como aquelas relacionadas à acessibilidade, fruto dos reflexos da atual pandemia. Elas virão para ficar e serão direcionadas especialmente para as unidades de atendimento. Muito embora não haja lei com previsão de penalidades é sempre bom lembrar que o Código Civil já prevê a responsabilização a quem agir por ação ou omissão e causar dano a outrem: “*Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.*”

O novo normal estrutural nos remete a fazer dois exercícios: (i) uma análise das regras protocolares fixadas, por exemplo, pelo município de São Paulo; (ii) quais regras podem e devem se tornar perenes para as organizações sociais. Para tanto, o quadro na página seguinte funciona não apenas como reflexão, mas como um convite para o Terceiro Setor. Os itens que podem ter uma implantação continuada estão assinalados.

Principais regras do município de São Paulo	Protocolos (permanentes)
Aferição de temperatura	✓
Alimentação / líquidos – embalagens individuais	
Barreiras físicas ou uso de EPIs	✓
Definir horários diferentes para pessoas do grupo de risco	
Dispensers de álcool gel	✓
Disseminação de novos processos e treinamento	✓
Distanciamento em filas	✓
Distanciamento social (1,5m)	
Distribuir cartazes de comunicação para o novo convívio	✓
Encontros virtuais	✓
Envelopar máquina de cartão de ponto	✓
EPIs reutilizáveis - desinfecção	✓
Evitar o compartilhamento de objetos pessoais (copos, talheres, canetas, material escolar, etc)	✓
Evitar o uso do ar condicionado	
Evitar serviços de terceiros	
Exigência de máscaras e local apropriado para o seu descarte	
Flexibilização de horário de alimentação	✓
Instalação de lixeiras que dispensem o manuseio para abrir e fechar	✓
Limitar número de pessoas no uso do elevador	✓
Priorizar o teletrabalho	✓
Redução da circulação de pessoas	✓
Redução de viagens	✓
Reduzir risco de contágio entre funcionários	✓
Retirada de tapetes e carpetes	✓
Suspender simulação de incêndio	

Desta análise tiramos que, da mesma forma que existem regras de conformidade com as leis (*compliance*) para a governança corporativa, o novo normal estrutural do Terceiro Setor reclama, desde já, a implantação daquilo que hoje é mero protocolo, em regras de conduta estrutural perenes. Em primeiro lugar para preservar vidas contra novas epidemias, em segundo, para prevenir responsabilidades, evitando que a inércia possa refletir em qualquer reclamação danosa.

Defendemos, então, que seja inaugurado um novo *compliance* pelas organizações sociais: o sanitário. E que ele não fique em protocolos, mas que seja incluído no regimento interno,

nos contratos de prestação de serviços (sociais, educacionais e de saúde), nas estruturas físicas e até mesmo nas relações com o Estado, visando implementar um novo normal estrutural.

Enfim, o Novo Normal do Terceiro Setor impõe vários desafios que não se esgotam aqui, já que as relações trabalhistas, com o Estado, com as autoridades sanitárias, com a segurança e a medicina do trabalho, e a prestação de contas aos órgãos públicos, entre outras, também carecem de reflexão para o novo momento que o planeta experimenta. Contudo, ainda que as causas sejam antigas, a pandemia nos empurrou para um recomeço, visando que o velho se transforme e debute novamente como o “novo normal”! 🌀



CONSUMO COLABORATIVO NO BRASIL

Bicicletas e patinetes cujos usuários não são seus donos, espaços de trabalho que podem ser usados por vários anos ou por apenas um dia, aplicativos de caronas pagas que se multiplicam a cada ano. O consumo colaborativo ou compartilhado parece estar vivendo uma era dourada, com cada vez mais oferta e procura. Junto desse sucesso, a crença ou reivindicação comercial pelo menos de que, dessa maneira, um futuro mais sustentável estaria sendo construído. Seria uma longa vida para o consumo colaborativo?

Pesquisa inédita da MARKET ANALYSIS revela que quase metade dos brasileiros (47%) está familiarizada com o conceito de consumo compartilhado. O tema vem ganhando espaço: há cinco anos, eram apenas 20%. Contudo, a parcela dos que o praticam efetivamente — com troca ou compra de roupas usadas, hospedagem compartilhada e caronas, por exemplo — é mais modesta, de apenas 16%, embora signifique o dobro do que acontecia em 2015.

O estudo faz parte do projeto “Radare de Consumo Colaborativo” e ratifica que o pulo do gato desse fenômeno reside em que não se trata mais de posse nem de compra de um bem, e sim de acesso às utilidades que do uso dele derivam; não se trata mais de focar no produto ou bem, e sim no resultado de acessar o bem ou o objetivo de uso do bem.

Entre 2015 e 2019, houve uma popularização do conhecimento sobre essas práticas, que cresceu em todos os segmentos sociais, mas com maior força nas classes C, D e E — com evolução de 18% para 49%. Isso significa que, mais do que uma

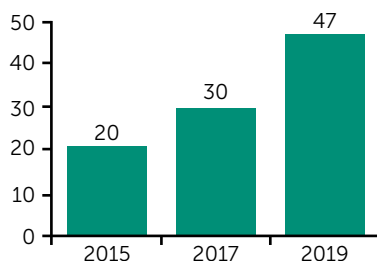
moda, trata-se de uma tendência comportamental com crescente capilaridade social, fugindo da elite em que se incubam as novidades num momento inicial.

Carros e caronas compartilhadas são a primeira menção dos entrevistados. A empresa mais lembrada é o Uber — até aí, nenhuma surpresa. Já a mais citada no segmento de moda compartilhada — que ocupa o segundo lugar em associação espontânea — é a plataforma Enjoei, que comercializa vestuário de segunda mão e tem boas perspectivas para a evolução dos negócios. Esse ator espera movimentar de 4 a 5 milhões de peças em 2020 e registrar um crescimento superior a 100% em relação a 2019, algo que o cofundador do Enjoei, Tiê Lima, entende ser só o começo. Além do espaço que existe no mercado para crescer — a pesquisa indica que 56% dos consumidores colaborativos têm alta intenção de comprar moda compartilhada — o Enjoei aposta na recorrência. “Quem começa a comprar moda de ‘second hand’ não para mais. Quase 40% das transações mensais são de pessoas que compram mais de cinco vezes no mesmo mês”, afirma Lima.

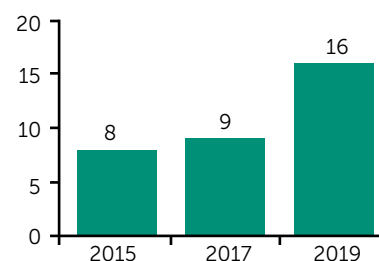
Apesar da forte tendência em associar o consumo colaborativo quase exclusivamente a soluções de mobilidade e moda sustentável, o futuro parece promissor para diferentes nichos, como o de trocas de instrumentos de lazer cultural ou entretenimento e o de espaços de coworking. Metade dos entrevistados — foram ouvidos 560 maiores de 18 anos de todas as grandes regiões do país, abrangendo as 26 capitais, de 14 a 22 de novembro de 2019 — revela interesse em fazer uso compartilhado de locais de trabalho, hospedagem e brinquedos. Atualmente,

Como os brasileiros veem e praticam o consumo colaborativo

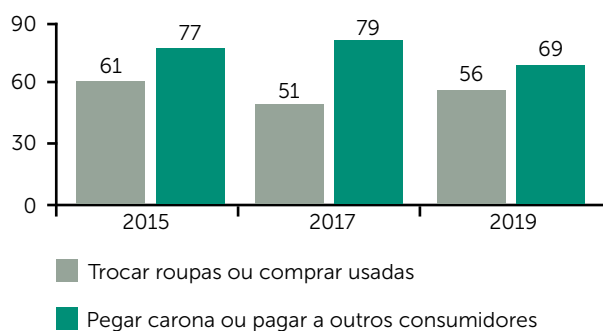
Sabem o que é ou leram sobre consumo compartilhado ou colaborativo (%)



Utilização de produto ou serviço compartilhado nos últimos 12 meses (%)



Intenções dos consumidores colaborativos (%)



apenas entre 2% e 12% do total de usuários de fato se engajam nessas práticas. Essa diferença revela as oportunidades de crescimento que existem para esses segmentos.

O avanço, porém, apresenta desafios. Existe uma barreira pelo lado da oferta que transparece em plataformas que não funcionam 100%: ambiguidades quanto ao amparo jurídico ou legal de certas atividades, economia de escala para atividades de troca de serviços e dificuldades para um contato seguro com o fornecedor. Outras dificuldades advindas da oferta remetem ao potencial *greenwashing* de alguns atores, que pegam carona na áurea de sustentabilidade do consumo compartilhado para, ao longo do ciclo de uso, se revelar indiferente às possibilidades de gerar uma virtude ambiental pelo uso do produto.

É o que acaba de acontecer em Florianópolis com as bicicletas compartilhadas, cujo sistema foi desativado e, ao invés de tentar redistribuir as bicicletas não usadas entre potenciais usuários, preferiu-se descartar como material para reciclagem.

Mas também existem barreiras pelo lado da demanda, algumas com claro viés de classe. A ideia de que o importante é preencher uma necessidade utilizando e não possuindo um

bem ainda colide com a associação entre posse de um bem e sinalização de status e afirmação identitária perante os outros. Essa crença é muito forte nas classes médias emergentes e consolidadas. Existe também no Brasil uma gigantesca desconfiança interpessoal como um obstáculo de proporção inédita no mundo. E os sistemas de reputação, contato e informação não conseguem superar essa barreira na medida necessária.

Apesar de manter uma aura positiva para uma grande maioria, a pesquisa mostra que arrefeceu um pouco a expectativa que o consumo colaborativo contribua a poupar recursos naturais (-4%), encarne uma forma sustentável de consumir (-6%), democratize o acesso a bens para quem não pode comprá-los (-7%), ou conteste o atual viés de acumulação e posse de bens em vez de focar no acesso (-7%). A agressiva incorporação de certas propostas de consumo colaborativo em iniciativas empresariais, como no setor de mobilidade urbana, e a transformação em commodity de outras práticas que inicialmente demonstravam ter um espírito mais social ou de recriação de um laço comunitário, deixaram mais clara a natureza comercial ou pró-lucro de muitas iniciativas. Por sorte, o desencantamento ainda é moderado.

As empresas, no entanto, têm um papel importante. Aumentou a percepção de vulnerabilidade para quem usa as plataformas de economia compartilhada: 75% pensam que podem ser roubados ou enganados (61% na pesquisa anterior). Uma maioria (58%, antes 40%) concorda com a frase “Eu não confio em outros consumidores para dividir o uso de um produto com eles, para pegar carona ou para fazer algum serviço na minha casa ou eu ir à casa deles”. Uma decorrência natural é que aumentou o número de consumidores que se engajariam em práticas colaborativas desde que uma empresa faça a intermediação do processo (de 68% em 2015 para 71% hoje). Com isso, o próprio consumidor contribui para a “colonização capitalista” que corrói o idealismo originalmente associado à ideia de consumo colaborativo. 🌀



Em função da pandemia do novo coronavírus, o governo federal adiou o pagamento e permitiu a todos os empregadores o parcelamento, em até seis parcelas fixas, do depósito do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço dos trabalhadores. O recolhimento poderá ser feito a partir de julho e finalizado em dezembro. Para ter direito ao benefício, é obrigatório declarar as informações no eSocial (Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas) até o dia 7 de cada mês e a emitir a guia de recolhimento do Documento de Arrecadação (DAE).

🌐 www.inss.gov.br

PRORROGAÇÃO DE CONVÊNIOS

Foi prorrogada até 31 de dezembro a data para o término da vigência de convênios, contratos de repasse, termos de fomento, de colaboração e de parceria, além de instrumentos congêneres, cujas vigências seriam encerradas no período entre a data de publicação do Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março, e o dia 30 de dezembro deste ano. Prevista no Decreto nº 10.315/2020, a medida não impede, entretanto, a apresentação da prestação de contas final para aqueles instrumentos cuja execução do objeto tenha sido finalizada ou venha a ser finalizada no prazo da prorrogação. Caberá aos órgãos e às entidades da administração pública federal providenciar os ajustes necessários de acordo com o novo prazo.

🌐 www.planalto.gov.br

MAIS SERVIÇOS NA RFB

A Receita Federal ampliou a lista de serviços prestados virtualmente pelo Chat RFB. De acordo com a Instrução Normativa RFB nº 1.935, passaram a ser oferecidos por este canal: cópia de declarações não disponíveis no e-CAC e protocolo de processos (ambos os casos para contribuintes com certificado digital); emissão de GPS (DebCad); orientações sobre CNPJ, Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), obra, parcelamento e PER/DComp; regularização de débitos fazendários e previdenciários PJ e de ITR; regularização de parcelamentos PF e PJ; e Simples Nacional. Até então já era possível ter acesso a diversos outros serviços: conversão de processos digitais; discordância de compensação de ofício de PER/DComp; eSocial - Empregador Doméstico; Orientações sobre CPF e DCTFWeb; e regularização de débitos fazendários e previdenciários PF.

🌐 <http://receita.economia.gov.br>



MARCAÇÃO DE PERÍCIA MÉDICA

Os segurados do INSS já podem realizar acertos na marcação de perícia médica. Segundo a Portaria 104, faz parte deste rol o serviço de crítica cadastral, referente à marcação de perícia inicial e à prorrogação de benefícios por incapacidade. Trata-se de um ajuste técnico dos procedimentos internos que visam otimizar o atendimento dos segurados. O serviço está disponível exclusivamente para requerimento solicitado por meio da Central 135. O objetivo da medida é a realização de filtro prévio antes da criação da demanda. Ao finalizar os ajustes da crítica que impossibilitava a solicitação do serviço de auxílio-doença ou da prorrogação desse benefício, o servidor deverá comunicar ao segurado que o problema foi solucionado, podendo, assim, requerer o serviço desejado pela Internet.

🌐 www.inss.gov.br

EFD-CONTRIBUIÇÕES PRORROGADA

A Receita Federal prorrogou para o décimo dia útil de julho os prazos para a transmissão das EFD-Contribuições originalmente previstas para o décimo dia útil de abril, maio e junho. Com isso, os contribuintes poderão entregar esta obrigação nesses novos prazos sem a incidência de multa por atraso. Importante salientar que não há alterações nas disposições legais vigentes e aplicáveis na determinação do valor da Contribuição para o PIS/Pasep e da Cofins devidas mensalmente. A alteração está prevista na Instrução Normativa RFB nº 1.932/2020. A mesma IN prorrogou o prazo de entrega, e sem incidência de multa, da Declaração de Débitos e Créditos Tributários Federais (DCTF) do décimo quinto dia útil de abril, maio e junho para até o décimo quinto dia útil de julho.

🌐 <http://receita.economia.gov.br>



CPF GRATUITO

A Receita Federal passou a receber novas inscrições para o Cadastro de Pessoas Físicas (CPF), por e-mail. Cada estado tem um endereço eletrônico próprio e a emissão é gratuita. Antes, a requisição custava R\$ 7. A ideia é facilitar o acesso de famílias carentes ao documento. Além de profissionais informais e microempreendedores individuais (MEI), o benefício também vale para mães e pais chefes de família que se encaixem nos critérios da lei. Neste caso, faz-se necessário cadastrar o CPF de todos os filhos, de qualquer idade.

COMO SE INSCREVER

A inscrição requer o envio de alguns documentos anexados. Para maiores de 16 anos, o RG atualizado, ou o RG desatualizado com a certidão de casamento ou nascimento. Para menores de 16 anos, o RG ou certidão de nascimento do menor, além do RG do responsável. Quando for o caso, o tutor ou guardião judicial precisa anexar o termo de tutela ou guarda. Em todos esses casos, também serão aceitos carteira de trabalho, passaporte ou qualquer outro documento oficial em que constem naturalidade, filiação e data de nascimento. É necessário ainda comprovante de endereço e selfie do novo inscrito ou do responsável, onde deve aparecer segurando o documento de identidade aberto (frente e verso). A imagem precisa registrar a fotografia e o número do documento, de forma legível. A medida tem o objetivo de evitar fraudes. Os endereços podem ser consultados no site da Receita Federal. Para quem reside no estado de São Paulo, o e-mail é atendimentorfb.08@rfb.gov.br.

🌐 <https://receita.economia.gov.br>



DOAÇÃO PARA FUNDOS DE IDOSOS

Os contribuintes pessoa física podem destinar parte do Imposto de Renda a projetos sociais. A opção está disponível no próprio programa da declaração anual, que permite a doação de até 6% do imposto devido ou da restituição. Em função da pandemia do novo coronavírus, o prazo final de entrega foi prorrogado para 30 de junho. Neste ano, será possível doar, diretamente na declaração, recursos para fundos controlados por conselhos municipais, estaduais e nacionais do idoso. Até o ano passado, esse tipo de doação podia ser realizado no decorrer do ano e deduzido no IR. Com a lei, poderão ser recolhidas com a primeira cota ou em cota única. O mecanismo é semelhante ao aplicado em contribuições a fundos vinculados ao Estatuto da Criança e do Adolescente. A lista dos fundos aptos aparece no próprio programa gerador da declaração, mas não é possível doar para uma entidade específica. Assim que a doação for selecionada, o sistema emitirá um Documento de Arrecadação de Receitas Federais (Darf), que precisa ser pago até 30 de junho. Esta contribuição não pode ser parcelada.

🌐 <https://agenciabrasil.ebc.com.br>



PRAZOS DETERMINADOS

O sistema de registro eletrônico determina que as informações e movimentações dos empregados sejam imediatamente inseridas no eSocial. Mas cada processo tem um prazo determinado: Admissão (até o dia anterior ao início das atividades do empregado); Alterações Cadastrais e Contratuais, Férias, Afastamentos, Monitoramento de Saúde, Condições Ambientais de Trabalho, Afastamento, Desligamento, Transferências e Reintegração (até 15 dias do mês seguinte à ocorrência); Afastamento por Acidente de Trabalho ou Doença (até o 16º dia do afastamento); Afastamento ou Acidente de Trabalho que resulte em morte (até o primeiro dia útil seguinte à sua ocorrência); Dados de Desligamento cujo motivo gera direito ao saque do FGTS (até o 10º dia útil seguinte à sua ocorrência).

🌐 www.granadoconsultoria.com.br

EM DINHEIRO? NÃO!

Mesmo se for previsto em convenção coletiva, o pagamento do vale-transporte e do vale-refeição não deve ser feito em dinheiro. Isto porque, uma vez concedidos em espécie, estes benefícios passam a ter natureza salarial, incidindo INSS, Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) e Imposto de Renda Retido na Fonte (IRRF). Esta regra está prevista nos artigos 81 e 458 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Enquanto a concessão do vale-transporte é uma obrigação do empregador e um direito do empregado, a do vale-refeição não é uma obrigação legal do empregador, a menos que sua concessão esteja prevista em convenção coletiva.

🌐 www.granadoconsultoria.com.br

FILANTROPIA RESPONDE

CONSULTORIA PARA O TERCEIRO SETOR

POR

M. BIASIOLI
ADVOGADOS

1 Acabei de assumir o cargo de dirigente de uma entidade, e tomei conhecimento de que um de nossos imóveis foi ocupado há 12 anos pelo Estado com a finalidade de implementar equipamento público. Poderia pedir a devolução do imóvel ou ao menos uma indenização?

Caro leitor, o caso relatado configura o que se chama no direito de Desapropriação Indireta, em que a Administração Pública esbulha a propriedade particular, não havendo a possibilidade de reaver o imóvel, apenas uma indenização.

Todavia deve-se atentar para o prazo prescricional da ação indenizatória, que segundo recente entendimento do STJ é de 10 anos, aplicando-se o parágrafo único do artigo 1238 do Código Civil.

Esse prazo não é uma regra absoluta, podendo ser excepcionado para 15 anos a depender do caso concreto e da prova de realização de obras ou serviços produtivos. Em seu caso, deve-se analisar se efetivamente foram realizados os equipamentos públicos, o que interferirá diretamente na questão prescricional da ação, viabilizando uma indenização. (REsp 1.575.846-SC, Rel. Min. Og Fernandes, Primeira Seção, por maioria, julgado em 26/06/2019, DJe 30/09/2019).

2 Na instituição em que atuo, na área de assistência social com programas de apoio à família, temos um caso em que um pai socioafetivo, de 23 anos, pretende querer judicialmente a adoção de uma criança de 9 anos com a qual tem fortes laços afetivos há 5. Dado o limite de diferença de 16 anos previsto pelo ECA para adoção, a pretensão deste pai seria possível?

Prezado leitor, de fato a regra do ECA (Lei 8069/90) estipulada no artigo 42 é de que haja uma diferença etária, entre adotante e adotado, de 16 anos para adoção, cuja finalidade é evitar a confusão de papéis ou imaturidade emocional essenciais à criação de um filho.

No caso apresentado, a diferença é de 14 anos, menor que a prevista em lei. Entretanto há precedentes judiciais no sentido de que ao juiz da causa é dada a possibilidade de, analisando acuradamente o caso concreto com suas peculiaridades, flexibilizar o limite de idade legalmente previsto à luz do princípio da socioafetividade. (REsp 1.785.754-RS, Rel. Min. Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, por unanimidade, julgado em 08/10/2019, DJe 11/10/2019)

3 A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) é aplicável às entidades do Terceiro Setor?

Sim. Conforme consta no art. 1º da Lei 13.709/18 (LGPD), a Lei dispõe sobre o tratamento de dados tanto de pessoas naturais quanto jurídicas, sejam de direito público quanto de direito privado (que é o caso das entidades), e entrará em vigor em agosto de 2020.

Sendo assim, destaca-se que as entidades estão expostas e devem cumprir a legislação em sua integralidade, sem exceções. Frisa-se que as penalidades pecuniárias podem atingir até 2% do faturamento referente ao último exercício contábil da pessoa jurídica, limitados a R\$ 50 milhões.

Portanto, as instituições devem estar atentas para as regras contidas na legislação, bem como devem adequar o seu corpo de colaboradores para não ser prejudicada nesta nova fase digital que está por vir.

4 Gostaria de saber quais são os principais pontos que devo abordar na criação do Estatuto da minha instituição, e se é ou não necessário o auxílio de um advogado.

Prezado Leitor, antes de mais nada é importante ressaltar a importância de uma boa construção do Estatuto Social para uma instituição, tendo em vista que ele abordará não só o funcionamento da instituição, mas a sua natureza jurídica, finalidade, relacionamento com os órgãos de administração, sustentabilidade, dentre outros. Também é fundamental conter um texto bem definido e estruturado, alinhando-se com o propósito e objetivo da instituição. Porém, podemos ressaltar alguns pontos imprescindíveis para a sua elaboração: Denominação, fins, sede e prazo de duração; forma de administração e quem a representará perante terceiros; nome e identificação das pessoas que criaram a entidade e de seus diretores; se os associados respondem ou não pelas obrigações sociais, possibilidade de reforma do estatuto e como isso deve acontecer e como a entidade pode ser extinta e o destino de seu patrimônio, caso isso ocorra.

Em tempo, não obstante a obrigatoriedade de que o Estatuto Social seja firmado por um advogado (Lei 8906/94), para o processo de construção desse instrumento é sempre aconselhável o acompanhamento de um profissional da área (advogado ou consultor), para que tudo ocorra dentro da legislação vigente, atribuindo segurança jurídica e eficiência para a instituição.

LITERALMENTE À DISTÂNCIA

Em tempos de pandemia, como a do novo coronavírus, que começou a se espalhar pelo mundo em dezembro de 2019 a partir da cidade chinesa de Wuhan, as empresas, o poder público e as pessoas em todo o mundo sentiram profundamente, no caixa ou no bolso, os reflexos do avanço da doença.

As organizações sociais também estão passando por esta mesma situação dramática, constatada principalmente pela diminuição do volume de doações. A queda nas receitas se deu inclusive pela pausa total na realização de eventos beneficentes e pelo fechamento compulsório de lojas físicas próprias ou mesmo de parceiros, que geralmente têm acordos para o repasse de parte da comercialização de determinados itens.

Mais do que nunca, tornou-se fundamental às organizações a geração de renda por meio da venda de produtos em suas lojas on-line, a exemplo do **Anel-Anilha Vinacea**, em prata reciclada, disponível no Instituto Espaço Silvestre. Sediada em Itajaí (SC), a entidade trabalha pela promoção do bem-estar animal e da conservação do meio ambiente pela ciência, educação e pelo desenvolvimento socioeconômico.

Da mesma forma, o Instituto do Câncer Infantil, de Porto Alegre (RS), tem atuado para continuar a atender crianças e adolescentes com esta grave doença – que as colocam no grupo de risco da Covid-19 –, visando aumentar os índices de cura e qualidade de vida dos pacientes e de seus familiares. Entre os itens vendidos pela entidade, destaca-se o **boné** com a logomarca do ICI nas laterais.

O Instituto Santo Pet, que realiza trabalhos voluntários cuidando de animais abandonados e apoiando abrigos, também continua buscando gerar caixa. Entre os produtos disponíveis em sua loja on-line, está a **caneca** com estampa com o desenho de um cãozinho e o logotipo da ONG paulistana. 🐾



Anel-Anilha Vinacea
Papagaio-de-peito-roxo
Instituto Espaço Silvestre
R\$ 98,50



Caneca
Instituto Santo Pet
R\$ 30,00



Boné
Instituto do Câncer Infantil
R\$ 15,00



IMUNIDADE X ISENÇÃO

Entenda a diferença entre o direito à imunidade e o direito à isenção

Em 2010, a Confederação Nacional dos Estabelecimentos de Ensino (CONFENEN) ajuizou ação direta de inconstitucionalidade contra os artigos 1º, 13, com seus parágrafos e incisos; 14 e parágrafos 1º e 2º; 18 e parágrafos 1º, 2º e 3º; 29 e seus incisos; 31 e 32 e seu parágrafo 1º. A ação foi autuada como ADI 4480.

Em síntese, a confederação alegava que havia vício formal nos dispositivos, pois buscavam tratar do direito a imunidade por meio de lei ordinária, agindo em clara ofensa ao artigo 146, II e 195, § 7º, do texto constitucional, e, ainda, vício material, pois buscavam reduzir o conceito de entidade beneficente de assistência social para alterar o alcance a imunidade.



GUILHERME REIS



RENATA LIMA

Inicialmente, devemos registrar que a União não está impedida de conceder o benefício fiscal da isenção das contribuições sociais. Afinal, cada ente público pode isentar o pagamento do tributo que está autorizado a instituir pela Constituição da República. No caso das contribuições sociais, não seria diferente.

Portanto, ainda se faz necessário distinguir o benefício da imunidade do benefício da isenção. Em primeiro lugar, a imunidade estará sempre prevista no texto constitucional, enquanto a isenção, até por força do artigo 150, § 6º, da Constituição da República, estará sempre prevista em lei ordinária. A imunidade é uma vedação ao poder de tributar, e a isenção é o exercício do poder de tributar, pois o ente público

Guilherme Reis é advogado com atuação no Terceiro Setor – inscrito na Ordem dos Advogados do Brasil – Seccionais Minas Gerais (182.006), Espírito Santo (10.983). Professor do curso de pós-graduação em direito e contabilidade para o Terceiro Setor da FBMG. Sócio do escritório LIMA & REIS Sociedade de Advogados – Especializado em Terceiro Setor. Renata Lima é advogada e contadora com 13 anos de atuação no Terceiro Setor – inscrita na Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional Minas Gerais (154.326). Graduada em Direito e Ciências Contábeis pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, é especialista em direito tributário. Professora da pós-graduação em Direito e Contabilidade para o Terceiro Setor da FBMG. Sócia do escritório LIMA & REIS Sociedade de Advogados - Especializado em Terceiro Setor.

somente poderá conceder a isenção nos casos em que está autorizado a instituir o tributo.

Para Paulo de Barros, não há a menor semelhança entre os dois institutos do direito:

“Quanto ao mais, uma distância abissal separa as duas espécies de unidades normativas. O preceito de imunidade exerce a função de colaborar, de uma forma especial, no desenho das competências impositivas. São normas constitucionais. Não cuidam da problemática da incidência, atuando em instante que antecede, na lógica do sistema, ao momento da percussão tributária. Já a isenção se dá no plano da legislação ordinária. Sua dinâmica pressupõe um encontro normativo, em que ela regra de isenção, opera como expediente redutor de abrangência dos critérios da hipótese ou da consequência da regra matriz do tributo.”

Talvez pudéssemos atribuir a confusão entre imunidade e isenção à redação do artigo 195, § 7º:

Art. 195. A seguridade social será financiada por toda a sociedade, de forma direta e indireta, nos termos da lei, mediante recursos provenientes dos orçamentos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, e das seguintes contribuições sociais:

(...)

§ 7º São isentas de contribuição para a seguridade social as entidades beneficentes de assistência social que atendam às exigências estabelecidas em lei.

No entanto, desde 1995 a Suprema Corte decidiu que, na verdade, o benefício fiscal contido no artigo acima é o da imunidade.

Ainda nos causa estranheza vemos colegas do direito, sejam eles advogados, magistrados e desembargadores, tratando uma norma que foi instituída para fins de dispor sobre a certificação das entidades beneficentes de assistência social e regular os procedimentos de isenção de contribuições para a seguridade social, dentre outras coisas, como se tivesse sido publicada para fins de regulamentar o direito a imunidade. Não é razoável essa confusão, pois há um abismo enorme entre imunidade e isenção.

Para nós, em momento algum a Lei nº 12.101/09 foi criada para regulamentar a imunidade, até porque, em momento algum ela se refere a esse benefício.

Não cabe ao intérprete da norma jurídica dar a ela destinação diversa do que quis o legislador.

Nesse sentido, defendemos a constitucionalidade da norma para os fins que foi promulgada, qual seja, dispor do benefício da isenção, impondo como condição para o gozo do benefício da isenção a necessidade de se obter a certificação do CEBAS. Essa conclusão decorre também da leitura do artigo 176, do Código Tributário Nacional - Lei nº 5.172/66:

Art. 176. A isenção, ainda quando prevista em contrato, é sempre decorrente de lei que especifique as condições e requisitos exigidos para a sua concessão, os tributos a que se aplica e, sendo caso, o prazo de sua duração.

Por outro lado, o benefício fiscal da imunidade, por força do artigo 146, II, do texto constitucional, deve ser regulamentado por lei complementar.

Esse entendimento ficou ainda mais reforçado com o julgamento do RE 566.622, pela Suprema Corte, que originou o Tema 32 de Repercussão Geral:

“A lei complementar é forma exigível para a definição do modo beneficente de atuação das entidades de assistência social contempladas pelo art. 195, § 7º, da CF, especialmente no que se refere à instituição de contrapartidas a serem por elas observadas.”

Em nossa opinião, a Suprema Corte foi clara ao afirmar que, para fins de regulamentação da imunidade, compete a lei complementar definir o modo beneficente de atuar e impor a exigência de contrapartidas.

O julgamento da ADI 4480 reforça o entendimento do Tema 32, haja vista que a Suprema Corte, entendendo que a Lei nº 12.101/09 é uma pretensão da União de regular a imunidade por lei ordinária, afastou os artigos que pretendiam definir o modo beneficente de atuar e impor exigências à fruição do benefício fiscal.

O mesmo entendimento se deve ter no tocante aos artigos que impõem condições para a certificação das entidades beneficentes que atuam na área da saúde. Contudo, a Suprema Corte não se manifestou nesse sentido, pois não houve pedido.

Por fim, ao analisar o mérito da ADI 4480, a Suprema Corte reconheceu a inconstitucionalidade formal do art. 13, III, §1º, I e II, §§ 3º e 4º, I e II, §§ 5º, 6º e 7º; do art. 14, §§ 1º e 2º; do art. 18, caput; e do art. 31 da Lei 12.101/2009, com a redação dada pela Lei 12.868/2013, e declarou a inconstitucionalidade material do art. 32, § 1º, da Lei 12.101/2009.

Com essa decisão, para aqueles que possuem ou querem obter o Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social, não mais poderão ser impostas as exigências contidas nos referidos dispositivos, em especial nos artigos 13, 14, na área da educação; e, artigo 18 caput, para a assistência social.

O artigo 31, que reconhecia o direito a isenção apenas a contar da publicação da certificação, também foi declarado inconstitucional. Assim como o artigo 32, § 1º, que determinava a suspensão imediata do direito a isenção em caso de constatação do descumprimento de qualquer dos requisitos para a fruição do benefício fiscal da isenção.

Para a fruição da imunidade, como há muito defendemos, basta o preenchimento dos requisitos contidos no artigo 14, do Código Tributário Nacional. Inclusive, a decisão proferida pelo STF ao julgar a ADI 4480 reforça esse entendimento.

Por fim, é certo que aquelas organizações da sociedade civil que atuam nas áreas da saúde, educação e assistência social possuem o direito maior a imunidade. Por isso, não deveriam se contentar com o árduo caminho para a obtenção de um direito menor que é a isenção. 🌐

O MUNDO DIGITAL NÃO FALA GREGO.

Não importa idade, formação, ou conhecimento: pra aprender TI, basta ter vontade. Em parceria com a Microsoft, a ATN fornece cursos gratuitos de tecnologia da informação.

Nenhum conhecimento prévio é necessário, mas pra quem quiser se aprofundar mais no assunto, os cursos vão do nível básico ao avançado.

VENHA FAZER NOSSOS CURSOS INTEIRAMENTE GRÁTIS. FALAR GREGO NÃO É PRÉ-REQUISITO.

Sejamos células: juntas e juntos



FELIPE MELLO

Este é um texto especial. De alguma forma, à sua maneira, cada texto o é. Afinal, neles residem sentimentos, ideias, memórias, propostas, esperanças, desesperos e ofertas. Sim, todo texto é absolutamente único, em especial quando se busca a autenticidade.

Este, aqui, é um texto especial, entre todos os especiais, para mim, no contexto da Revista Filantropia. Em 2020, a minha contribuição voluntária, à revista, completa a sua maioridade. Lá se vão 18 anos, ininterruptos, com mais de 100 textos publicados; às vezes, mais de um, em uma mesma edição. Há muito o que celebrar. E, também, há o momento de se despedir: este é o último texto que escrevo para a Revista Filantropia, ao menos, por ora.

Ao longo desse tempo, aconteceram tantas coisas em minha vida. Suponho que na sua também. Pessoalmente, eu vi a minha filha crescer e o meu pai partir. Afetei e fui afetado, no íntimo, com ecos e transições, reverberando. Profissionalmente, atuei em vários segmentos, em especial junto a programas sociais e eventos educativos. Fiz palestra, escrevi peça de teatro, apresentei programa de rádio e televisão, fui palhaço de hospital, fiz consultoria, escrevi textos e livros, e mais um punhado de coisas. Felizmente, me alegrei muito mais do que o contrário, em todas essas atividades.

Das coisas que mais fiz, algumas me marcaram, um pouco mais: gestão de uma organização social, atividades de arte em hospital e criação e apresentação de eventos de desenvolvimento humano. Elas me permitiram compreender mais sobre o que sou, sobre o lugar do outro e sobre o mundo, num sentido mais amplo.

No caminho, fui ampliando a minha percepção e adesão ao que os gregos antigos enunciavam, como missão da Paideia, o seu processo educativo de crianças e jovens: revelar seres humanos éticos e criadores. Ética, antes da criação, pois não há caixa de ferramentas mais relevante que a caixa de conexões humanas. Há um pensamento atribuído a Sócrates, que parafraseio, assim: primeiro, a educação da virtude e a arte de governar os vícios. A coragem de ser verdadeiro e assim se revelar. Afinal, para o conhecimento e a técnica, há a vida toda.

Olhando, em especial, diariamente, para o Terceiro Setor, fui percebendo que a mobilização de pessoas é mais importante que a mobilização de recursos materiais. Eu seria tolo e subestimaria a sua inteligência se ignorasse a enorme relevância dos recursos materiais. Mas, trata-se, aqui, de uma visão mais ampla do cenário: sem pessoas sensibilizadas e lúcidas sobre

as questões coletivas, seguiremos sendo uma sociedade com umas das 10 maiores riquezas materiais do mundo, mas, invariavelmente, transitando acima da posição de número 70, em se tratando do Índice de Desenvolvimento Humano.

A parte técnica será sempre essencial, para pavimentar o caminho. A pergunta que mais me interessa, contudo, é: para onde estamos indo? Com quem estamos indo? Como estamos indo? Por quem estamos indo? Estamos promovendo microrrevoluções, junto aos nossos públicos de interesse, ou estamos fazendo mais do mesmo, apagando incêndios, dia após dia?

Fui percebendo que quanto mais chove gente interessada e lúcida, em nosso terreno, pelo nosso convite e acolhimento cada vez mais qualificados, aumenta-se a chance do compartilhamento da tarefa de apagar os incêndios, que vieram, vêm e virão. Daí, pode surgir mais tempo para algo realmente revolucionário: mergulhos mais profundos, em nossas causas, propósitos, princípios e valores, de braços e mentes enlaçados com as pessoas que estão em torno de nossas atividades, desde as voluntárias até o público beneficiário.

Façamos chover gente e valores humanos que afirmam a vida coletiva, cada vez mais. Invariavelmente, é este o valor maior de uma organização e, por consequência, para a sua contribuição social.

Este texto será lido em um momento futuro. Normalmente, há um hiato de meses entre a sua redação e publicação. No momento em que escrevo, estamos entrando no ponto mais crítico da pandemia da Covid-19. Torço para que a consciência coletiva se amplifique, em velocidade nunca vista, no Brasil, para que saiamos desta tormenta, com o menor número possível de mortes. Até porque isso é essencial para nos protegermos dos desvarios de governantes incompetentes e indiferentes.

Há 18 anos, conheci um Terceiro Setor que tendia às grandes organizações, ou seja, o sucesso estava associado a crescer, crescer e crescer, tal qual a lógica do Segundo Setor. Mudei, bastante, a minha ideia, para um conceito mais plural e pulverizado de entusiasmo pela ideia e pela prática de vida social. Que sejamos, muito mais que grandes instituições, pequenos organismos humanos que se multiplicam para dar mais chance de vida de qualidade a muito mais pessoas. Até porque, desorganizados, como ainda somos, viramos presas frágeis até para organismos que sequer células têm.

Receba o meu abraço agradecido por esses anos de companhia, aqui. Torço por você e suas causas. Estendo este agradecimento à equipe da revista.

Sejamos células. Sejamos juntos e juntas. Sejamos fortes, por todas e todos. Até logo! 🍷




Sistema de Apoio a **ONGs**

Em um cenário onde gerenciar processos e departamentos, mantendo a organização e interação entre os setores de uma instituição, e, ainda arrecadar de forma consistente e eficaz, parece missão **"quase impossível"**, apresentamos o **SAO - Sistema de Apoio a ONGs** - ferramenta totalmente on-line, que tem como objetivo, automatizar os processos do terceiro setor, apoiando os gestores em planejamentos e análises de decisões estratégicas por meio de painéis e relatórios.

Entre suas principais funcionalidades estão:

- Envio de recibos de doações por e-mail;
- Prestação de contas via app "SAO Rotas" ou sistema Web;
- Controle de ligações (Call Center);
- F2F (captação direto com as pessoas via App);
- Página de doações;
- Sistema completo de ligações integrando toda a ONG;
- Módulo SOCIAL/EDUCACIONAL que controla todos assistidos/alunos de sua ong.

**UM NOVO
TEMPO PARA SUA
ONG**



Rua dos Marmelos . 97 . Vila Clóris
BH/MG . Cep: 31.744-093
www.saosistemas.org
contato@saosistemas.org.br



Faça já seu orçamento!

(31) **3459-3030**

A NOSSA PARCERIA COM UM FUTURO MELHOR ESTÁ FECHADA

O **Instituto Bancorbrás** acredita que a preservação e a conservação ambiental são um conjunto de atitudes individuais e coletivas. E, por isso, aposta em ações e projetos que têm o foco no desenvolvimento sustentável do planeta. **Cuidar do meio ambiente é mais do que uma responsabilidade, é o nosso compromisso!**

Lembre-se que você é parte disso!

Toda vez que adquirir um produto Bancorbrás, vai ajudar o instituto a colocar em prática esse sonho.



Mais de 41 mil mudas de plantas nativas replantadas.



Desde 2016, mais de 12 toneladas de resíduos reciclados.



Campanha Uso Consciente nas empresas.

