

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS
NÍVEL MESTRADO**

RODRIGO MACHADO ROSSETTO

**PROPÓSITOS QUE LEGITIMAM AS AÇÕES FILANTRÓPICAS DE FAMÍLIAS
CONTROLADORAS DE GRANDES
EMPRESAS DO SUL DO BRASIL EM TEMPO DE PANDEMIA**

Porto Alegre

2023

RODRIGO MACHADO ROSSETTO

**PROPÓSITOS QUE LEGITIMAM AS AÇÕES FILANTRÓPIAS DE FAMÍLIAS
CONTROLADORAS DE GRANDES
EMPRESAS DO SUL DO BRASIL EM TEMPO DE PANDEMIA**

Dissertação de Mestrado apresentado como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Orientadora: Professora Dra. Clea Beatriz Macagnan

Porto Alegre

2023

R829p Rossetto, Rodrigo Machado.
Propósitos que legitimam as ações filantrópicas de famílias controladoras de grandes empresas do sul do Brasil em tempo de pandemia / Rodrigo Machado Rossetto. – 2023.
117 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, 2023.
“Orientadora: Professora Dra. Clea Beatriz Macagnan.”

1. Filantropismo. 2. Doação. 3. Legitimação. 4. Pandemia COVID-19. I. Título.

CDU 657

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Bibliotecária: Amanda Schuster – CRB 10/2517)

ATA MCC-D 01/2023

Por recomendação da Organização Mundial da Saúde, em relação ao coronavírus (Covid-19), ao décimo sétimo dia do mês de abril do ano de dois mil e vinte e três, às 14h, realizou-se integralmente de modo online, através de webconferência, a sessão de Arguição Pública da Dissertação “**PROPÓSITOS QUE LEGITIMARIAM AS AÇÕES FILANTRÓPICAS DE FAMÍLIAS CONTROLADORAS DE GRANDES EMPRESAS DO SUL DO BRASIL EM TEMPO DE PANDEMIA**” do aluno **Rodrigo Machado Rossetto** do Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis, nível Mestrado. A Comissão Examinadora constituída pelos professores doutores: **Prof.ª Dr.ª Clea Beatriz Macagnan (orientadora)**, Prof. Dr. Carlos Alberto Diehl, Prof. Dr. Roberto Frota Decourt e Prof.ª Dr.ª Marcelle Colares Oliveira - UFC. Após a apresentação, arguição e defesa, a Banca atribuiu os seguintes **conceitos**:

Prof. Dr. Carlos Alberto Diehl	Conceito: Aprovado
Prof. Dr. Roberto Frota Decourt	Conceito: Aprovado
Prof.ª Dr.ª Marcelle Colares Oliveira - UFC	Conceito: Aprovado

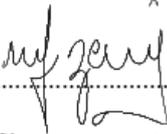
A Dissertação obteve o **Conceito Final**: Aprovado _____
 Ocorreu alteração do título? (x) Não () Sim. Qual? _____

As alterações sugeridas pela Banca Examinadora são as seguintes: Conforme registrado na gravação.

O aluno deverá apresentar a versão final do trabalho com as modificações propostas pela Banca Examinadora da Dissertação, no prazo máximo de 45 dias, mediante supervisão do Orientador. A emissão do diploma está condicionada a entrega da Versão Final da Dissertação.

Porto Alegre, 17 de abril de 2023.

Responsável pela presidência da banca:

Prof. Dr. João Zani 

Coordenador do PPG em Ciências Contábeis:

Prof. Dr. Cristiano Machado Costa 

RODRIGO MACHADO ROSSETTO

**PROPÓSITOS QUE LEGITIMAM AS AÇÕES FILANTRÓPIAS DE FAMÍLIAS
CONTROLADORAS DE GRANDES
EMPRESAS DO SUL DO BRASIL EM TEMPO DE PANDEMIA**

Dissertação de Mestrado apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Aprovado em 17 de abril de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Dra. Clea Beatriz Macagnan (Orientadora)
Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Professora Doutora Marcelle Colares Oliveira
Universidade Federal do Ceará

Professor Doutor Roberto Frota Decourt
Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Professor Doutor Carlos Alberto Diehl
Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

AGRADECIMENTO À CAPES

O presente estudo foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES).

AGRADECIMENTOS

Inicialmente, agradeço a Deus pela vida e saúde que tenho e por ter me permitido chegar até aqui persistência e disciplina.

Ao Arcanjo Miguel pela proteção divina.

A minha querida e doce esposa Sandra, companheira dos dias e das madrugadas, ouvinte incansável e fonte de inesgotável de incentivo.

A minha orientadora Professora Doutora Clea Beatriz Macagnan, por ter aceitado de me acompanhar e orientar nestes 2 anos de incrível jornada acadêmica.

Aos professores do Programa PPG em Ciências Contábeis Roberto, Carlos Diehl, Cristiano, Clóvis, André, João, Luiz Felipe e Alexsandro. Aos professores Marô, Roberto Macagnan e Mônica com o exemplo e a energia de vocês me mantive focado na execução desta pesquisa. As secretárias do PPG de Contábeis Carolina, Midiã e à Adriana da Comissão de Ética e Pesquisa da Unisinos.

Aos integrantes do Grupo de Pesquisa em Governança CNPq, Prof. Dr. Manuel Rocha Armada, Dra. Rosane, Dra. Elisangela, Dra. Letícia e Dr. Davi, por suas contribuições e cooperação na elaboração deste trabalho.

Aos colegas de PPG, Carol, Jéssica, Vinicius, Andrea, Luciano, Ana Flávia, André, Ângela, Bruno, Cassandra, Juliana, Leandro, Luís Felipe, Marlla, Paulo, Raul, Letícia, Tobias, Fran, Maurício e Rayza. Vocês são presentes que a UNISINOS me deu.

À Professora Doutora Marcelle Colares Oliveira da Universidade Federal do Ceará, pelo tempo e pelas contribuições realizadas no projeto de qualificação e na presente pesquisa.

Muito obrigado a todos que concederam as entrevistas, facilitaram encontros, conectaram pessoas e enviaram os relatórios de atividades.

Muito obrigado a todos que, de alguma forma, contribuíram para a entrega desta pesquisa.

*“A felicidade é um verbo. É o desempenho contínuo,
dinâmico e permanente de atos de valor.
Nossa vida é construída a cada momento
e tem utilidade para nós e para as pessoas
que tocamos.”
(A Arte de Viver)*

RESUMO

O envolvimento social de famílias, com doação de parte de sua riqueza em projetos sociais através de fundações criadas e gerenciadas pelos proprietários de grandes empresas familiares, foi um importante vetor para atenuar os problemas causados pela pandemia global da COVID-19. A sociedade cria expectativa de que as empresas e as famílias sejam boas cidadãs, o que inclui a participação ativa em atos ou programas para promover o bem-estar social, principalmente no período da pandemia global. O engajamento social das famílias traz benefícios tanto para beneficiários quanto para doadores, responde a necessidades das famílias se legitimarem perante a sociedade e apoia a sustentabilidade intergeracional nas empresas que controlam. O objetivo desta pesquisa foi descrever os propósitos, apontados pelos envolvidos na gestão de fundações, que legitimariam famílias, do Sul do Brasil, controladoras de grandes empresas, no desenvolvimento de suas ações filantrópicas, no contexto da pandemia global. Neste estudo foi utilizada a metodologia descritiva, com a realização de 16 entrevistas individuais com filantropos, conselheiros e gestores e a análise de conteúdo de 10 relatórios de atividades sociais divulgados, entre 2020 e 2021. Relatórios de fundações familiares do sul do Brasil, analisados com base na técnica de análise de conteúdo. Os propósitos legitimadores achados da estudo são (1) vontade de retribuir e sentimento de gratidão e (2) vontade de minimizar os problemas causados pela pandemia. As famílias utilizam principalmente a comunicação como forma de legitimação social.

Palavras-chave: Filantropocapitalismo. Doação. Legitimação. Pandemia COVID-19.

ABSTRACT

The social involvement of families, with the donation of part of their wealth in social projects through foundations created and managed by the owners of large family businesses, was an important vector for mitigating the problems caused by the global pandemic of COVID-19. Society creates expectations that companies and families are good citizens, which includes active participation in acts or programs to promote social well-being, especially during the global pandemic. The social engagement of families brings benefits to both beneficiaries and donors, responds to the needs of families to legitimize themselves in society and supports intergenerational sustainability in the companies they control. The objective of this research was to describe the purposes, pointed out by those involved in the management of foundations, which would legitimize families, from the south of Brazil, controlling large companies, in the development of their philanthropic actions, in the context of the global pandemic. In this study, a descriptive methodology was used, with 16 individual interviews with philanthropists, advisors and managers and the content analysis of 10 social activity reports released between 2020 and 2021. Reports from family foundations in southern Brazil, analyzed with based on the technique of content analysis. The legitimizing purposes found in the study are (1) willingness to reciprocate and a feeling of gratitude and (2) willingness to minimize the problems caused by the pandemic. Families mainly use communication as a form of social legitimacy.

Keywords: Philanthrocapitalism. Foundations. Legitimacy. COVID-19 pandemic.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo teórico da pesquisa	24
Figura 2 - Pirâmide da responsabilidade social	28
Figura 3 – Modelo sistêmico de filantropia	33
Figura 4 – Propósito para o filantropocapitalismo	44

LISTA DE QUADRO

Quadro 1 – Desenho metodológico da pesquisa	48
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Fundações Privadas e Associações sem fins lucrativos – FASFIL	45
Tabela 2 – Resumo das entrevistas com data, formato e tempo da entrevista	50
Tabela 3 – Regiões da amostra coletada	50
Tabela 4 – Resumo dos propósitos pontados nas entrevistas	51

LISTA DE ABREVEATURAS E SIGLAS

B3	Brasil, Bolsa, Balcão
FASFIL	Fundações Privadas e Associações sem fins lucrativos
GIFE	Grupo de Institutos Fundações e Empresas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDIS	Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social
ISP	Investimento Social Privado
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONU	Organização das Nações Unidas
OSC	Organização da Sociedade Civil
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
RS	Responsabilidade Social
RSC	Responsabilidade Corporativa
RSE	Responsabilidade Empresarial
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 Contextualização e problema de pesquisa	16
1.2 Objetivo geral	20
1.3 Justificativa e relevância do estudo	20
1.4 Delimitação do estudo	22
2 REVISÃO DE LITERATURA	24
2.1 Responsabilidade social e legitimação	25
2.2 Filantropocapitalismo	30
2.3 Revisão de estudos empíricos e fundamentação das premissas	36
3 METODOLOGIA	46
3.1 Corpus de análise	46
3.2 Fonte e coleta de evidências	47
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	50
4.1 Análises das entrevistas e relatórios de atividades	50
4.2 Discussão das premissas	52
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	65
APÊNDICE A – CONVITE	83
APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE	84
APÊNDICE C – ROTEIRO DA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA	86
APÊNDICE D - MENSAGENS DE RETORNO SEM EFETIVAR A ENTREVISTA	89
APÊNDICE E – ARTIGOS SELECIONADOS REVISÃO DE LITERATURA	91
APÊNDICE F – RESUMO DOS ESTUDOS REVISADOS	93
APÊNDICE G –ENTREVISTAS E RELATÓRIOS	97
APÊNDICE H – MENSAGEM ABERTA	114

1 INTRODUÇÃO

O filantropocapitalismo é considerado a modalidade atual de filantropia (Fuentenebro & Acuto, 2021). O termo surgiu em 2006 e é entendido, em uma perspectiva ampla, como abordagem mitigadora dos problemas sociais e ambientais do planeta pelo setor privado (Ball & Olmedo, 2011; Bishop & Green, 2015; Poruthiyil, 2020). A prática de filantropocapitalismo seria uma das formas das organizações ou seus controladores legitimarem-se perante a sociedade (Mcgoey, 2012; Adloff & Degens, 2017; Mediavilla & Garcia-Arias, 2019).

Nessa perspectiva, a Teoria da Legitimidade tem como pressupostos de que uma organização deve agir dentro dos limites, valores, crenças e das normas do sistema social (Suchman, 1995) em que está inserida para continuar progredindo e ser considerada legítima ou adequada para a sociedade (Brown & Deegan, 1998). Assim, para que tal *status* seja alcançado, as organizações devem cumprir com responsabilidades não só econômicas, mas também legais, éticas e filantrópicas (Carroll, 1979, 1991). Por essa razão, o filantropocapitalismo poderia ser uma das formas destas organizações legitimarem-se perante a sociedade. As ações desenvolvidas pelas fundações podem ser financiadas individualmente, por casais ou famílias empresárias (Hybels, 1995, Maclean, Harvey, Yang & Mueller, 2021). Essas ações caracterizam-se por doações a sociedade, as quais pretendem legitimarem-se.

Os fluxos de doações são efetivados através de fundações (Gehring, 2020; Haydon, Jung & Russell, 2021) familiares. A utilização de fundações familiares visa diminuir a interferência das preferências pessoais dos administradores e garantir maior profissionalismo e coerência na destinação dos recursos (Sklaier, 2017; Gehring, 2020). Essa profissionalização exige que a fundação tenha elevado nível de governança na gestão dos recursos. Dizendo de outro modo, não fará distribuição de recursos de forma aleatória, mas, sim, através de objetivos e métricas da fundação familiar, definindo valores sociais os quais pretende contribuir.

As fundações, institutos e associações são organizações de direito privado e sem fins lucrativos (Código Civil, 2002). Representam iniciativas sociais e filantrópicas de famílias ou grupo de pessoas que possuem alta renda (GIFE, 2015), como consequência da riqueza gerada por suas empresas ou negócios familiares que foram bem-sucedidos nos mais diferentes setores econômicos. As fundações familiares distinguem-se das demais fundações públicas, pois são financiadas por recursos

privados uma família, com laços estreitos com a empresa que controla, e quase sempre possuem executivos de empresas como membros de seus conselhos (Anheier, 2001).

As fundações podem ser criadas por pessoas físicas, com dotação patrimonial, o qual servirá para prestar recursos sociais determinados por sua missão (Lei nº 13.019, 2014). Sua criação depende da autorização do Ministério Público, que aprova a minuta do estatuto e avalia se o patrimônio destinado é suficiente para os fins propostos (Lei nº 9.790,1999). Além disso, o poder público deve acompanhar seu funcionamento, aprovar prestações de contas, alterações estatutárias e eventual extinção (Lei nº 10.406, 2002).

Esta pesquisa está vinculada a linha de pesquisa contabilidade e finanças da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e integra o grupo de pesquisa em Governança, registrado no CNPq. Na sequência, será apresentada a contextualização e problema de pesquisa.

1.1 Contextualização e problema de pesquisa

A problemática que fundamenta esta pesquisa parte da premissa de que a sociedade tem expectativas sociais sobre as organizações (Lindblom, 1994; Gunningham, Kagan & Thornton 2004) e que seus proprietários contribuam para a mesma. Através das fundações, as famílias teriam contribuição ativa em atos ou programas para promover o bem-estar social (Carroll, 1979, 1991; Seifert, Morris & Bartkus, 2004; McWilliams, Siegel & Wright, 2006). Nessa perspectiva, as famílias proprietárias de empresas praticam filantropocapitalismo para atenderem as expectativas da sociedade (Gunningham, Kagan & Thornton 2004) e, assim, legitimarem-se perante ela (Nasi, Nasi, Phillips & Zyglidopoulos, 1997). Sob este olhar, há um “contrato social” entre as famílias empresárias e as pessoas afetadas pelas operações das empresas familiares (Brown & Deegan, 1998). Fundações, representam essas famílias, na medida que colaborassem, através de doações e recursos, atendendo as demandas sociais, cumpriram o contrato social.

As doações, realizadas pelas famílias com altas rendas, realizadas através de suas fundações, são reconhecidas como essenciais para reduzir a pobreza, financiar o desenvolvimento, alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e reduzir as desigualdades (ONU, 2016, 2018; Grady & Grosheva, 2017; OCDE, 2018;

Gehring, 2020; Hagan, 2021; Callias, Shayan *et al.*, 2022). Os ODS, formado por 17 Objetivos Globais criados pelas Nações Unidas, em 2015, estabelecem um apelo universal para reduzir a pobreza, proteger o planeta e garantir que até 2030 todas as sociedades desfrutem de paz e de prosperidade (ONU, 2015; OCDE, 2018; Van Zanten & Van Tulder, 2018; Garcia-Arias, 2019; Gehring, 2020; Shayan *et al.*, 2022).

Sob a análise dos críticos, o filantropocapitalismo é visto como um modo de governança, um meio de definição de agenda e criação de políticas pelos indivíduos de alta renda (Nickel & Eikenberry, 2010; Bishop & Green, 2015; Amarante, 2018; Baltodano, 2017; Haydon, Jung & Russell, 2021) com o objetivo das famílias empresariais priorizarem o desempenho organizacional ou pessoal, sobre os objetivos sociais (Seifert, Morris & Bartkus, 2003; Edwards, 2008). O filantropocapitalismo também é visto pelos críticos como um modo de governabilidade que produz, legitima e normaliza sujeitos autogovernados do mercado que adotam, incorporam e reproduzem o capitalismo (Bajde, 2013; Thümler, 2016; Wilson, 2016; Amarante, 2018; Haydon, Jung & Russell, 2021), pressionando as demais partes interessadas a conformarem-se com os seus valores do capitalismo (Holmes, 2012; Lynch & Schwarz, 2016).

Nessa perspectiva, os críticos apontam o filantropocapitalismo como mecanismo de despolitizar questões de desenvolvimento e de paternalismo (Morvaridi, 2016; Amarante, 2018), que acaba por legitimar e fortalecer o regime de poder da classe capitalista dominante (Jacques, 2015; Baltodano, 2017; Mediavilla & Garcia-Arias, 2019; Unchanam, 2022). Dizendo de outro modo, o filantropocapitalismo seria um mecanismo para legitimar o sistema capitalista, em que seus agentes utilizariam a filantropia com o objetivo de garantir e aumentar os lucros de suas empresas (Bishop, 2013; Thorup, 2013; Baltodano, 2017; Walker & Sarkodie, 2019; Haydon, Jung & Russell, 2021).

O filantropocapitalismo inclui um número crescente de fundações com doadores que buscam preservar os seus privilégios na sociedade, já que o capitalismo permeou o discurso social a um ponto que a maioria celebra e poucos questionam as ações dos filantropos que assumem não haver conflitos entre lucrar e realizar mudanças (Callahan, 2017; Eikenberry & Mirabella, 2018; Bond, Pheko & Lenferna, 2023). Outros críticos afirmam que os filantropos classificam os problemas sociais de forma incorreta (Fejerskov, 2017; Palley, 2018) considerando a filantropia como um investimento (Daly, 2011; Guilbaud, 2018) o qual resultaria em mecanismo para

justificar a manutenção de riquezas advindas de um sistema de desigualdade social (Jacques, 2015).

Para os defensores do filantropocapitalismo, os filantropos fazem as doações de recursos, focados em métricas de negócios, com a finalidade de resolver os problemas sociais (Jenkins, 2010; Adloff & Degens 2017; Glucksberg & Russell-Prywata, 2020; Fuentenebro & Acuto, 2021; Kumar & Brooks, 2021; Uba, Hasan, Mshelia, 2023). Enquanto, para os críticos, as doações de recursos são apenas uma maneira das famílias manterem o seu status na sociedade e, através da legitimação, aumentar o lucro das empresas que controlam (Daly, 2011; McGoey, 2015; Adloff & Degens 2017; Fejerskov, 2017; Guilbaud, 2018; Eikenberry & Mirabella, 2018; Palley, 2018). O incentivo fiscal federal para doações de pessoas físicas no Brasil é feito mediante ao desconto do imposto de renda de até 8% sobre o valor a pagar, para tanto, basta o doador comprove que doou para uma OSC (Leichsenring *et al.*, 2020; Lei 13.019/2014). Desse modo, a revisão de literatura empírica realizada não possibilitou identificar uma resposta precisa sobre os propósitos das fundações de famílias de alta renda, controladoras de empresas, praticarem filantropocapitalismo (Schervish, O'Herlihy, Havens & Pamplin Jr., 2001; Lähdesmäki & Takala, 2012; Ricciuti & Turrini, 2018; Ge & Micelotta, 2019; Arco-Castro; Lopez-Pérez; Rodriguez-Gomez; Garde-Sánchez, 2020; Harvey, Gordon & Maclean, 2021; Glucksberg & Russell-Prywata, 2020; Gehringer, 2020; Finchum-Mason, Husted & Suárez, 2020; Bielawska, 2021).

Na perspectiva da Teoria da Legitimidade a existência da empresa e o desenvolvimento de qualquer organização social, está condicionado à sua legitimidade social (Shocker & Sethi, 1973). As organizações são agentes ativos e consideradas legítimas se as suas ações são compatíveis com as normas e expectativas sociais (Gunningham, Kagan & Thornton 2004) de quem confere legitimidade (Lindblom, 1994; Toepler, 1999). A legitimidade de uma organização é dinâmica e pode ser alterada de tempos em tempos por fatores externos ou valores sociais adversos (Shocker & Sethi, 1973; Dowling & Pfeffer, 1975; Deegan, 2002). A pandemia global é um exemplo de fator externo que impactou toda a sociedade (Carroll, 2021; Sklair & Gilbert, 2022; Bhatia & Dhawan, 2023).

A pandemia, causada pelo coronavírus, mudou o mundo drasticamente desde o seu surgimento em 2019 (Bashir, Ma & Shahzad, 2020; Carroll, 2021). A disseminação do vírus interrompeu de forma abrupta a vida cotidiana com o

distanciamento social e afetou as economias dos países, forçando empresas e governos a fazerem escolhas difíceis e rápidas para preservar a saúde da população (Musinguzi & Asamoah, 2020; Manuel & Herron 2020; Carnevale & Hatak, 2020). A restrição à circulação de pessoas produziu uma diminuição na quantidade de produtos e serviços ofertados e demandados, levando à redução dos níveis de renda e ao aumento do desemprego, causando um agravamento nos problemas sociais (Moraes, 2020).

Os problemas sociais causados pela pandemia do coronavírus levantam a questão de “o que as organizações vão fazer para responder a esta crise mundial” (Carroll, 2021; Sklair & Gilbert, 2022; Bhatia & Dhawan, 2023). Com isso, tornaram-se ainda mais relevantes as contribuições para fundos filantrópicos (Evans, Evans, Quijada, 2023) voltados para a assistência social da comunidade mais carente, sugerindo um novo paradigma na estratégia da filantropia (Rivo-López *et al.*, 2021). Neste sentido, as fundações filantrópicas das famílias podem ser protagonistas, na medida em que financiam e canalizam fundos privados para os programas de assistência social e humanitária no período de pandemia global (Finchum-Mason, Husted & Suárez, 2020; Sklair & Gilbert, 2022; Bhatia & Dhawan, 2023).

Os estudos empíricos revisados (Lähdesmäki & Takala, 2012; Ge & Micelotta, 2019; Arco-Castro; Lopez-Pérez; Rodriguez-Gomez Garde-Sánchez, 2020; Bielawska, 2021; Harvey, Gordon & Maclean, 2021; Alves, Gallon & Goi, 2021), sobre o propósito do engajamento social das organizações ou das famílias controladoras de grandes empresas, apontam que a principal motivação das fundações filantrópicas é a busca pela legitimidade perante a sociedade, como forma indireta de aumentar o resultado das empresas que controlam. Também foi observado que a prática de filantropia está relacionada com necessidades emocionais das famílias controladoras (Bielawska, 2021; Sklair & Glucksberg, 2021) e a intenção de sucessão familiar (Rey-Garcia & Puig-Raposo 2013; Li, Au, He & Song, 2015; Sklair & Glucksberg 2021). Os estudos empíricos (Zhang, Yang, Wang & Wang, 2012; Lähdesmäki & Takala, 2012; Li, Au, He & Song 2015) analisados também mostraram que as empresas familiares possuem maior necessidade de legitimar-se perante a sociedade e por isso são mais engajadas em causas sociais o que se acentuou no período de pandemia do coronavírus.

Com base no exposto, o problema de pesquisa é: Quais os propósitos, apontados pelos envolvidos na gestão de fundações, que legitimariam famílias, do sul

do Brasil, controladoras de grandes empresas, no desenvolvimento de suas ações filantrópicas, no contexto da pandemia global?

1.2 Objetivo geral

Descrever os propósitos, apontados pelos envolvidos na gestão de fundações, que legitimariam famílias, do sul do Brasil, controladoras de grandes empresas, no desenvolvimento de suas ações filantrópicas, no contexto da pandemia global.

1.3 Justificativa e relevância do estudo

No período da pandemia, em que se agravam os problemas sociais (Loots, Howell, & Brouwer, 2021; Shayan *et al.*, 2022; Jancso, 2022) surge a oportunidade acadêmica para o estudo do filantropocapitalismo. No censo produzido pelo Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE), no ano de 2020 foram mapeadas 242 iniciativas de ações de enfrentamento a COVID-19 sendo 48% para área de saúde e bem-estar com a doação de alimentos, materiais e equipamentos hospitalares (GIFE 2021). O volume total de recursos financeiros alocados em investimentos sociais em 2020 teve um aumento de 53% em relação ao censo de 2018 totalizando 5,3 bilhões de reais (GIFE, 2018, 2020).

As famílias controladoras de empresas, por meio de suas fundações familiares, destacam-se como grandes doadoras e articuladoras do filantropocapitalismo durante a pandemia global (Saez, 2021; Lucca *et al.*, 2021). O que se expressa não apenas no repasse financeiro, criação e envolvimento de projetos de cunho social, mas, principalmente, no fomento e estímulo de uma legião de trabalhadores voluntários (Anheier, 2001; Breeze, 2009; Lasby, 2019; Loots, Howell & Brouwer, 2021; Bhatia & Dhawan 2023).

Os poucos estudos similares no Brasil que entrevistam os filantropos, conselheiros e gestores das fundações. Os estudos empíricos internacionais relacionados a filantropia foram realizados em diversos países como Polónia (Bielawska, 2021), Finlândia (Lähdesmäki & Takala, 2012), Reino Unido (Harvey, Gordon & Maclean 2021), Estados Unidos (Finchum-Mason, Husted & Suárez, 2020) e China (Ge & Micelotta, 2019). Assim, existe uma lacuna de estudos sobre filantropocapitalismo nos países em desenvolvimento que entrevistam famílias doadoras no período da pandemia, como é o caso do Brasil, o que justifica esta pesquisa.

O Brasil possui desigualdades sociais e de renda (Brito, 2008) que influenciam as atividades engajamento social das famílias que operam as grandes empresas que operam no país (Aguinis & Glavas, 2012; Thorup, 2013; Haydon, Jung & Russell, 2021). Assim, interessa para a academia compreender as razões que levam as famílias de alta renda de como estão contribuindo para a redução das desigualdades sociais ou se estão contribuindo para aumentar as desigualdades ao visar áreas já privilegiadas (Fuentenebro & Acuto, 2021).

A relevância deste estudo, no campo acadêmico e social, é recomendado em outras pesquisas internacionais e nacionais já realizadas (Beuren, Gubiani & Soares 2013; OCDE 2018; 2021; Innocenti, Vicente & Gasparetto 2020; Fuentenebro & Acuto, 2021) em que ressaltam a importância e a necessidade de pesquisar a relação entre indivíduos de alta renda e as instituições filantrópicas. Contribuições estariam moldando o engajamento social, possibilitando melhor entendimento das ações na redução das desigualdades sociais ou se estão contribuindo para aumentar as desigualdades ao visar áreas já privilegiadas (Yu, 2017; Fuentenebro & Acuto, 2021).

Entende-se que este estudo tem grande potencial de apresentar contribuições relevantes ao ambiente acadêmico e profissional, visto que se trata de um tema ainda em desenvolvimento no país. Famílias empresariais, filantropos e pesquisadores poderão, a partir desta pesquisa, entender melhor os propósitos que levam cada vez mais pessoas a se envolverem na adoção das práticas de filantropocapitalismo e as diferentes configurações profissionalização, gestão e família. Além disso, a partir dos resultados encontrados, novas pesquisas sobre este tema podem ser estimuladas.

A pandemia global da COVID-19 trouxe desafios sem precedentes para a sociedade, incluindo crises na saúde, na econômicas e aumento desigualdades sociais (Gehring, 2020; Shayan *et al.*, 2022). O filantropocapitalismo desempenhou um papel importante ao enfrentar esses desafios, fornecendo recursos a indivíduos, comunidades e organizações afetadas pela pandemia global (Finchum-Mason, Husted & Suárez, 2020, Sklair & Gilbert 2022).

O filantropocapitalismo permitiu que organizações e indivíduos alavancassem seus recursos e conhecimentos para apoiar iniciativas de saúde pública, como pesquisa e distribuição de vacinas, produção e distribuição de EPI e pesquisa médica. As doações filantrópicas também foram usadas para apoiar esforços de alívio econômico, como apoio a pequenas empresas e benefícios de desemprego, bem

como serviços sociais para populações vulneráveis, como assistência alimentar e apoio habitacional.

O filantropocapitalismo também tem sido fundamental no apoio ao desenvolvimento e disseminação de soluções inovadoras para os desafios da pandemia, como telemedicina, aprendizado remoto e tecnologias de rastreamento de contatos. Essas soluções permitiram que as organizações se adaptassem rapidamente às mudanças nas necessidades da sociedade e respondessem com eficácia à pandemia.

No geral, a importância do filantropocapitalismo no período da pandemia global reside em sua capacidade de fornecer recursos críticos, apoio e inovação para enfrentar os desafios enfrentados pela sociedade. Ao alavancar seus recursos e conhecimentos, os filantropocapitalistas podem desempenhar um papel importante no apoio à saúde pública, alívio econômico e serviços sociais durante tempos de crise, ao mesmo tempo em que contribuem para o bem público mais amplo.

1.4 Delimitação do estudo

Diante da amplitude de possibilidades que o tema filantropia engloba a proposta desta pesquisa implica limites que precisam ser levados em consideração. Cabe esclarecer que este estudo não abarca fundações empresariais, fundações de caridade públicas, doações políticas, influência dos incentivos fiscais na filantropia, influência da religião na filantropia, angariação e captação de fundos.

A presente pesquisa realizou 16 entrevistas representando 10 famílias empresariais que atuam no Sul do Brasil, o critério de serem empresas dos três estados da região foi estabelecido devido ao grande número de fundações familiares deste tipo no Brasil (ver Tabela 1), que nem sempre possuem uma estrutura institucional com governança. Portanto, esta pesquisa encontra-se em nível descritivo e considerando o número de entrevistas e relatórios de atividades os resultados não podem ser generalizados.

Neste estudo, encontram-se algumas limitações da pesquisa referentes ao retorno dos e-mails direcionado para as famílias, family offices, conselheiros, gestores, fundações, institutos nas regiões do Sul do Brasil. Algumas famílias não possuem de forma institucionalizada e sistemática a área filantrópica dentro do family

office. A indisponibilidade para realização da entrevista por parte de um membro da família, gestor ou conselheiro.

As entrevistas foram realizadas de forma virtual portanto as percepções como expressões nos rostos dos entrevistados, sensibilidade do gesto corporal e do tom da voz possam ter passados despercebidos pelo pesquisador.

Disponibilidade das informações de relatórios via websites. Optou-se por analisar apenas os relatórios disponíveis e divulgados via o website, haja vista a autenticidade da informação e transparência do procedimento metodológico.

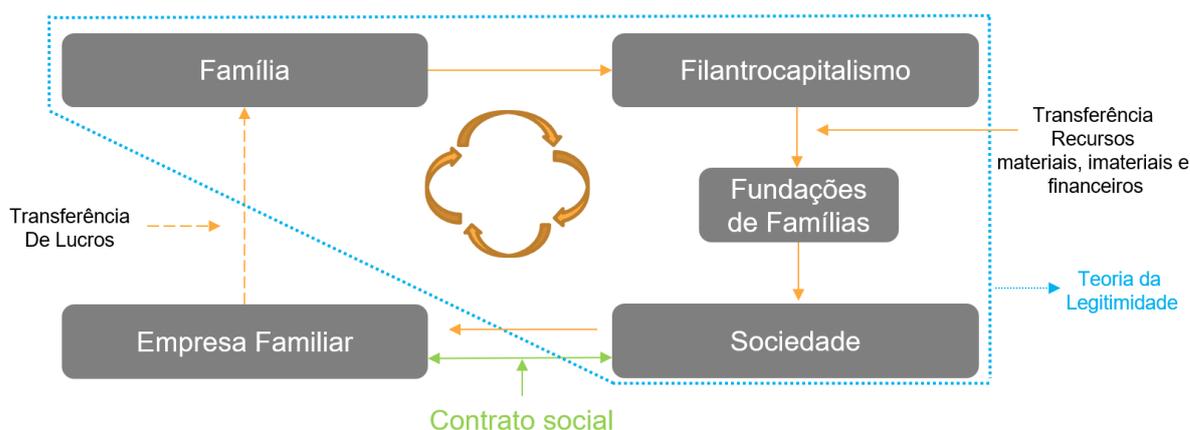
Outro ponto a destacar é a disponibilidade do relatório via website da fundação. Como algumas fundações comunicaram a realização do relatório no ano específico, porém não disponibilizaram o relatório em formato PDF no próprio website, a amostra reduziu-se ao número divulgado oficialmente em relação a quantidade de empresas que publicam o relatório.

Para desenvolver o tema filantropocapitalismo, portanto, está pesquisa estrutura-se em cinco capítulos. O primeiro capítulo foi destinado a Introdução (contextualização e o problema de pesquisa; objetivos; justificativa e relevância do estudo; delimitação do tema). O segundo capítulo apresenta a revisão da literatura teórica (explanação da Teoria da Legitimidade - teoria que embasa esta pesquisa; aspectos inerentes a dinâmica, responsabilidade social e a filantropia familiar; e a revisão da literatura empírica sobre a legitimidade e filantropia. O terceiro capítulo trata da metodologia dos recursos empregados para a coleta das evidências e o corpus de análise. O quarto capítulo apresenta a análise dos resultados, e o quinto, e último, traz as considerações finais.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão da literatura possibilitou identificar que há um reconhecimento que a empresa privada é geradora de riqueza (Friedman, 1970; Narver, 1971) e que distribui seus lucros para a família controladora. Também, que as fundações filantrópicas familiares, criadas voluntariamente, canalizam e organizam o fluxo dos recursos destinados as ações de responsabilidade social da família. A transferência de recursos para a sociedade pode estabelecer-se por diversos meios, a saber: tempo de dedicação a algum projeto social, mentoria a jovens estudantes, voluntariado em alguma causa e financeiro para compras de cestas básicas ou para construção de hospitais. A Figura 1 demonstra a síntese teórica que conduz a pesquisa sob o a lente da Teoria da Legitimidade.

Figura 1. Modelo teórico da pesquisa.



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL E LEGITIMAÇÃO

A Teoria da Legitimidade pressupõe que uma organização deve agir dentro dos limites, valores e normas do sistema social em que está inserida, para continuar progredindo e legitimar-se por essa sociedade (Brown & Deegan, 1998). A legitimação é uma percepção da sociedade, em uma perspectiva generalizada, de que as ações de uma organização são convenientes, adequadas ou apropriadas ao sistema que inclui: normas, valores, crenças e definições (Suchman, 1995). As organizações frequentemente buscam a legitimidade por meio de uma variedade de práticas abstratas e simbólicas (Ashforth & Gibbs, 1990; Hybels, 1995).

As organizações podem realizar várias ações filantrópicas como parte de um processo de obter ou incrementar a legitimação (Ashforth & Gibbs, 1990; Suchman, 1995), as quais visam estabelecer congruência entre seus valores e os da sociedade em que estão inseridas (Gray, Kouhy & Lavers, 1995). A legitimidade pode ser considerada uma condição ou status, porém a legitimação é um processo subjacente que as organizações podem implementar para serem legitimadas perante a sociedade (Lindblom 1994; Gray, Kouhy & Lavers, 1995; Brown & Deegan, 1998). As ações de filantropia são mecanismos visíveis e explícitos de legitimação (Taborda & Costa, 2014).

O processo de legitimação considera que quanto mais a organização fica próxima das demandas da sociedade, maior é seu nível de legitimidade (O'Dwyer, 2002). Nessa perspectiva, a legitimidade é o status em que a sociedade reconhece a adequação do comportamento da organização as demandas da sociedade em que essa se insere (Nasi, Nasi, Phillips & Zyglidopoulos, 1997; Nogueira & Schommer, 2009). Em certo sentido, há um “contrato social” entre a organização e as pessoas implicadas nas operações da organização (Brown & Deegan, 1998). Nesse sentido, espera-se que a organização cumpra os termos deste “contrato social”, seja em termos expressos ou implícitos (Brown & Deegan, 1998).

A reputação da organização em seu ambiente externo potencializa ou repara a legitimidade (Roberts & Dowling, 2002; Schiopoiu & Popa, 2013). A legitimidade opera em vários níveis, por exemplo, os desastres ambientais produzidos por empresas como Samarco, Vale S.A., Petroleira Americana Chevron, Petrobras, impactaram negativamente toda a imagem da indústria, sendo percebida como uma indústria poluente e irresponsável (PNUMA, 2022). A cobertura negativa da mídia sobre esses incidentes gerou um aumento da preocupação da sociedade com as responsabilidades sociais e ambientais e pressionou as organizações a incluir a divulgação detalhada sobre as ações relacionadas ao meio ambiente.

Entre as organizações, encontram-se as empresas familiares, as quais são controladas por famílias. Nesse contexto a empresa opera, obtém recursos da sociedade, os transforma agregando valor, o que resulta em lucros para a família proprietária da mesma. Entre esse universo de empresas, há as que criam fundações que destinam parte de seus lucros utilizando benefícios fiscais. Assim como parte dessas famílias controladoras criam fundações familiares, em que destinam parte de seus lucros, uma parte recursos privados são distribuídos através de doações a

sociedade, como mecanismo no processo de legitimação, ao mesmo tempo que se beneficiam de redução da contribuição de imposto de renda.

Uma fundação pode realizar diversas ações no seu processo de legitimação, entre eles:

1) adaptando seus processos, objetivos e/ou métodos de operação para se adequar ao ambiente. Com o surgimento da pandemia global da COVID-19 as fundações destinaram recursos a famílias vulneráveis, combatendo a fome, ou para a compra de equipamentos hospitalares;

2) Divulgando suas atividades; ações adotadas junto a sociedade, prestando contas para se legitimar, por exemplo elaboração de relatórios de atividades;

3) Utilizando símbolos, valores ou instituições que tenham uma forte base de legitimidade social (Dowling & Pfeffer, 1975). Símbolos que identificam luta contra câncer, combate à fome e proteção ao meio ambiente, por exemplo.

4) Através da cooptação, na qual líderes ou pessoas de status legítimo como: celebridades, artistas, atletas, membros do *establishment*, são levados para a diretoria ou conselho da fundação (Selznick, 1949; Dowling & Pfeffer, 1975; Wiepking & Handy, 2015; Ashforth & Gibbs, 1990; Nickel, 2012; Evans, Evans & Quijada, 2023).

Uma doação a sociedade é um comportamento legitimador (Nelson, 1970). Há, portanto, um “acordo social” implícito, entre a empresa e a sociedade (figura 1), que considera a necessidade de entrega de valor para o bem-estar da sociedade. Com efeito, isso cria o status de legitimidade da organização para operar (Dowling & Pfeffer, 1975, C Chen, Patten & Roberts, 2008; Tilling & Tilt, 2010;). Esses recursos e doações passam a ser vistas como demonstração de responsabilidade social, o que fortalece a confiança da comunidade sobre a família, legitimando a empresa familiar a atuar na respectiva sociedade.

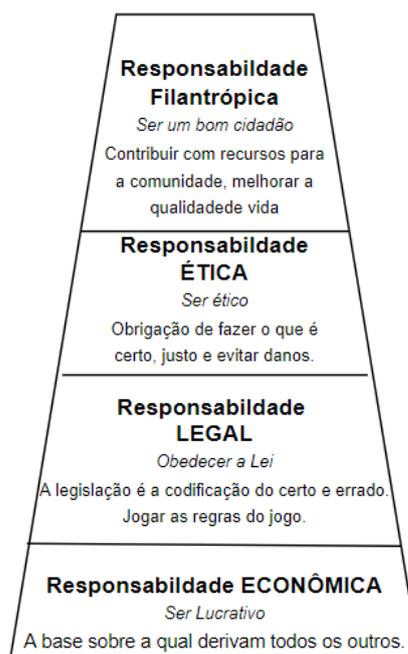
A fundação é um elemento que integra o processo de legitimação da empresa, a qual desenvolve ações que objetivam demonstrar que a mesma está operando conforme os valores sociais (Dowling & Pfeffer, 1975, Patten, 2002; Branco & Rodrigues, 2006; Porter & Kramer, 2006). Os recursos distribuídos pelas fundações evidenciarão a legitimidade tendo em vista que as doações são meios pelos quais a aprovação e o consentimento são expressos pela sociedade, o fluxo de recursos e a construção da legitimidade são dinâmicas que se reforçam mutuamente (Hybels, 1995).

A família pode obter sua legitimidade por meio das ações filantrópicas realizadas por sua fundação familiar que são consideradas “apropriadas” abrangendo as relações com parceiros, responsabilidades sociais, relações com a sociedade, governo e transparência de suas ações (Schocker & Sethi, 1973). Porém, as ações não são suficientes, a organização filantrópica precisa evidenciar as mesmas à sociedade. Assim, a falta de transparência ameaça a legitimidade (Aldrich & Fiol, 1994; Bloom, 2014) podendo a comunidade revogar o “contrato social” para continuar suas atividades (Deegan & Rankin, 1996; Seibert, 2017).

As fundações familiares existem e são meios legais para a distribuição de riqueza acumulada pelas famílias (Heydemann & Toepler, 2006; Rey-Garcia & Puig-Raposo 2013), as fundações identificam as partes interessadas (Roberts, Grady & Teacher, 2017) e implementam programas de distribuição da riqueza por meio de benefícios econômicos e sociais aos grupos dos quais derivam o seu status, além de demonstrarem uma postura ética comprometida com os problemas sociais (Schocker & Sethi, 1973).

Considerando a revisão de literatura, a partir da década de 1960, a responsabilidade social tem sido definida de diversas maneiras. A ideia básica da responsabilidade social é que as organizações e a sociedade são entidades entrelaçadas e não distintas. Portanto, a sociedade criaria certas expectativas (Gunningham, Kagan & Thornton, 2004) de comportamento e resultados de negócios (Wood, 1991). Nessa perspectiva, as famílias controladoras das empresas precisavam conciliar o ganho econômico e a responsabilidade social (Chrisman & Carroll, 1984; Drucker, 1984). A figura 2 representa o modelo conceitual apresentado por Carroll (1991) em forma de pirâmide que apresenta as quatro categorias para a responsabilidade social.

Figura 2: Pirâmide da responsabilidade social.



Fonte: Carroll, (1991, p.42).

Responsabilidade social inclui componentes econômicos, legais, éticos e filantrópicos (Carroll, 1979, 1991). Na base da pirâmide está a responsabilidade econômica significa que a empresa deve, ao gerar lucros distribuí-los aos seus investidores (Friedman, 1970), segundo a legal (Gunningham, Kagan & Thornton, 2004). A responsabilidade ética refere-se as atividades e as práticas esperadas ou proibidas pela sociedade, por exemplo, não utilização de trabalho escravo ou fraudando demonstrações contábeis (Donaldson & Davis, 1991).

No topo da pirâmide encontra-se a responsabilidade filantrópica, a qual se refere as ações que estão alinhadas com a expectativa da sociedade (Gunningham, Kagan, & Thornton, 2004). Mesmo que não constem nas leis a filantrópica pode ter três abordagens, (a) gestão imoral é quando prejudica indivíduos, a própria organização e a sociedade como um todo, e pode levar a consequências negativas, como penalidades legais e a perda de reputação; (b) gestão amoral não considera o impacto social ou ambiental de suas decisões e podem priorizar ganhos de curto prazo em detrimento da sustentabilidade de longo prazo. (c) gestão moral prioriza a sustentabilidade de longo prazo da organização e buscam equilibrar rentabilidade com responsabilidade social contribuindo para um futuro mais sustentável (Carroll, 1987; Carroll, 1991; Donaldson & Preston 1995; Roberts & Dowling, 2002). O que incluiria a participação ativa em atos ou programas para promover o bem-estar social perante a

sociedade (Carroll, 1979, 1991, Jones, 1980; Freeman, 1984, Garriga & Melé, 2004; McWilliams, Siegel & Wright, 2006; Basu & Palazzo, 2008).

A sociedade espera e deseja que as empresas e as famílias contribuam com recursos financeiros (Bartkus, Morris & Seifert, 2002), instalações das empresas, tempo dos funcionários, voluntariado para programas ou envolvimento na sociedade (Bryant, Jeon-Slaughter, Kang, & Tax, 2003; Uba, Hasan, Mshelia, 2023). De outra parte, não consideram as empresas como antiéticas se não fornecerem o nível desejado de apoio (Carroll, 1979, 1991). A responsabilidade filantrópica é discricionária ou voluntária por parte das organizações, embora a sociedade sempre tenha expectativa que as organizações cumpram essa responsabilidade (Carroll, 1979, 1991; Aupperle, Carroll & Hatfield, 1985; Gunningham, Kagan & Thornton, 2004).

A ideia de responsabilidade social e das partes interessadas da fundação colocam "nomes e rostos" nos membros da sociedade que as fundações precisam ter um foco maior em responder as expectativas (Wood, 1991, Carroll, 1979, 1991; Mitchell, Agle & Wood, 1997; Gunningham, Kagan e Thornton, 2004). O desafio da gestão é garantir que os objetivos da fundação sejam atingidos enquanto as demais partes interessadas também estejam satisfeitas (Carroll, 1979, 1991; Branco & Rodrigues, 2006). Por isso a importância de os gestores das empresas conhecerem todas as partes interessadas e os seus objetivos nos quatro estágios de responsabilidade da social (Carroll, 1979, 1991). No próximo capítulo será tratado a temática da filantropocapitalismo.

2.2 FILANTROCAPITALISMO

A filantropia dos séculos XV e XVI caracterizou-se pelo fomento das famílias ricas a cientistas, escritores e artistas como Leonardo Piero da Vinci, Sandro Botticelli, Michelangelo Lodovico Buonarroti Simoni, entre outros, foram financiados pelos mecenas do renascimento. Essas famílias detinham recursos provenientes das atividades comerciais e bancárias e, entre eles, destacaram-se a família Médici, família Sforza e até mesmo Francisco I, Rei da França (Rivo-López, Villanueva-Villar, Michinel-Álvarez & Reyes-Santías, 2021; Bielawska 2021). No século XVIII a família Rothschild tornou-se uma das maiores apoiadora em uma ampla variedade de atividades filantrópicas desde pesquisa de ponta na área saúde com estudos para a

cura do Alzheimer até as artes (Rothschild, 1999; Delalande, 2011; White, 2011; Raichel & Tadmor-Shimony, 2014).

A filantropia do século XX e XXI está dividida em 3 fases (Ball & Olmedo, 2011; Rey-Garcia & Puig-Raposo, 2013; Fuentenebro & Acuto, 2021) a primeira focada em desenvolvimento científico e ocorreu entre nos anos entre 1940 e 1970; a segunda focada em parcerias, entre 1970 e 2000 e a terceira denominada filantropocapitalismo, termo que, surgiu em meados de 2006 (Bishop, 2006; Baltodano, 2017) e se estende até os dias atuais. O filantropocapitalismo surgiu da crítica em relação a filantropia “tradicional” que era considerada ineficiente e ineficaz por ter grande número de pequenos programas por um curto período, esperando que alguns desfrutem de algum sucesso, não sendo capazes de alcançar escala e impacto social consistente (Goldberg, 2009).

O termo filantropocapitalismo foi originalmente apresentado por Matthew Bishop, em seu artigo publicado, em 2006 no jornal *The Economist* (Jenkins, 2010; Haydon, Jung & Russell, 2021) e é entendido de forma ampla como o papel crescente do setor privado na abordagem dos problemas sociais e ambientais do planeta (Bishop & Green, 2015; Poruthiyil, 2020) e sugere que as doações privadas podem preencher o vazio deixado pela redução dos gastos do governo em programas sociais e de desenvolvimento (Schervish, Davis, Cosnotti & Rosplock, 2016; Eikenberry & Mirabella, 2018). Os filantropos estão utilizando estratégias de negócios para aproveitar a “motivação do lucro para alcançar o bem social” (Bishop & Green 2008; Jenkins, 2010).

São características principais do filantropocapitalismo:

1) a quantidade de recursos privados destinados à filantropia que aumentou, por exemplo as fundações Fundação Bill e Melinda Gates, Warren Buffett, Michael Bloomberg e MacKenzie Scott (OCDE, 2018; OCDE, 2021; Hickman, Shrader, Xu & Lawson, 2015);

2) as maneiras explícitas pelas quais o interesse próprio, os ganhos privados e as agendas pessoais são trazidos à tona nos projetos filantrópicos. (Godfrey, 2016; Fernandez & Hager, 2014);

3) baseada na comunidade local, existe um papel fundamental da proximidade da família geograficamente no engajamento filantrópico, moldando a governança por exemplo financiando projetos de infraestruturas de hospitais (Fuentenebro & Acuto, 2021; McWilliams, Siegel & Wright, 2006; Garriga & Melé, 2004, Breeze, 2009).

4) separação entre empresas e fundações familiares, surgindo assim a filantropia institucionalizada que visa diminuir a interferência das preferências pessoais dos administradores e garantir maior profissionalismo e coerência como estratégia geral da fundação (Rey-Garcia & Puig-Raposo, 2013; Matten & Moon, 2008).

Em relação ao conceito de filantropocapitalismo existem divergências nas publicações já realizadas sobre o assunto (Haydon, Jung & Russell, 2021). Nesta perspectiva, o conceito é analisado sob 3 concepções:

- a) crítica, centrada nas implicações e limitações adversas;
- b) teórica, focada nos fundamentos ideológicos; e
- c) funcionais, voltada para as características práticas da tendência (Haydon, Jung & Russell, 2021).

Sob a concepção crítica, o filantropocapitalismo é visto como um modo de governança, um meio de definição de agenda e criação de políticas pelos indivíduos de alta renda (Bishop & Green, 2015; Haydon, Jung & Russell, 2021;). O que pode permitir que os indivíduos de alta renda priorizem o desempenho organizacional ou pessoal sobre os objetivos sociais (Seifert, Morris & Bartkus, 2003, 2004; Edwards, 2008). A visão crítica destaca que os indivíduos de alta renda utilizam a filantropia para criar agendas políticas que atendam os próprios interesses, com debates superficiais, sem explicar a causa ou apontar possíveis soluções (Haydon, Jung & Russell, 2021).

Na concepção teórica, o filantropocapitalismo é concebido como um modo de governabilidade que produz, legitima e normaliza sujeitos autogovernados do mercado que adotam, incorporam e reproduzem o capitalismo (Haydon, Jung & Russell, 2021), pressionando as demais partes interessadas a se conformarem com os seus valores do capitalismo (Lynch & Schwarz, 2016). Assim, despolitizando questões de desenvolvimento (Morvaridi, 2016), legitimando, fortalecendo o regime de poder da classe capitalista dominante (Jacques, 2015; Mediavilla & Garcia-Arias, 2019).

Já na concepção funcional, o filantropocapitalismo utiliza princípios e práticas de negócios e mercados na filantropia, com ações de responsabilidade social que visam o benefício social e o lucro corporativo, expandindo sua presença no mercado, integrando negócios, marca, reputação social e ambiental (Branco & Rodrigues, 2006; Bishop, 2013; Abebe & Cha, 2018; Haydon, Jung & Russell, 2021).

O filantropocapitalismo em larga escala realizada pelos indivíduos de alta renda está se tornando mais importante no cenário internacional (Kumar & Brooks, 2021). A filantropia privada é reconhecida pelas principais instituições internacionais como um vetor essencial para reduzir a pobreza, financiar o desenvolvimento internacional, reduzir os problemas sociais e alcançar os ODS (ONU, 2018; Van Zanten & Van Tulder, 2018; Glucksberg & Russell-Prywata, 2020). Para produzir um impacto significativo nos problemas sociais e desigualdades globais e ajudar a cumprir o ODS (Mahl & Frey 2019; Glucksberg & Russell-Prywata, 2020).

Para os críticos do filantropocapitalismo existem várias considerações em relação ao seu modelo de resolver os problemas, entre as principais destaca-se o fato dos filantropos enquadrarem desafios de desenvolvimento como problema científico e uma vez o problema enquadrado de forma incorreta irá afetar a maneira como ele será resolvido e por vezes o problema é enquadrado de forma incorreta para criar uma oportunidade de crescimento na área de negócios que o filantropo está inserido (Fejerskov, 2017; Palley, 2018;), considerando assim a filantropia como um investimento e não um donativo (Daly, 2011; Guilbaud, 2018; Mediavilla & Garcia-Arias, 2019).

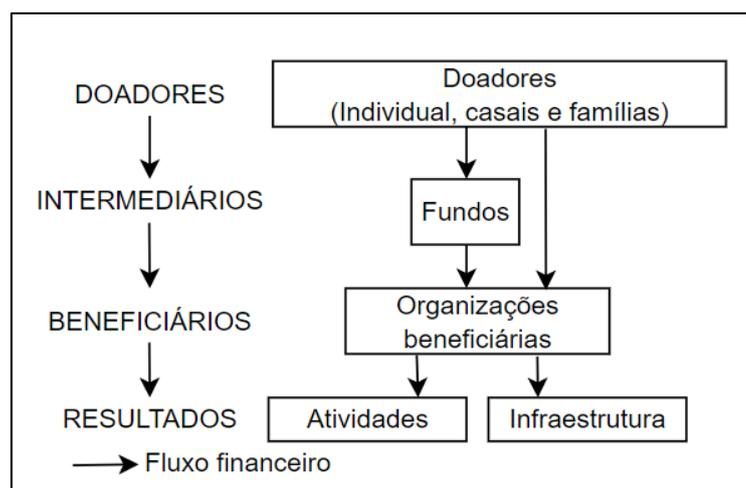
Surge a oportunidade de pesquisar a relação entre indivíduos de alta renda e as instituições filantrópicas que estão moldando o engajamento entre filantropia e as cidades a fim de verificar se os super ricos estão contribuindo para a redução das desigualdades sociais ou se estão contribuindo para aumentar as desigualdades urbanas ao visar áreas já privilegiadas, já que muitos bilionários têm interesses próximos e investimentos de interesse nas cidades onde aplicam os recursos para o filantropocapitalismo (Schervish, 2001; Godfrey 2016; OCDE, 2018; Glucksberg & Russell-Prywata, 2020; Fuentenebro & Acuto, 2021; Haydon, Jung & Russell, 2021).

A filantropia não substitui um forte apoio governamental ao bem-estar social (Mcgoey, 2012), porém pode contribuir para a sustentabilidade e a redução dos problemas sociais de uma sociedade (Porter & Kramer, 2006). A livre atuação dos filantropocapitalistas também é um desafio para o Estado, que cada vez mais deixam atividades sociais nas mãos desses grupos, ao invés do governo de aumentarem os impostos e taxarem esses indivíduos de alta renda, sem afastá-los, uma vez que através das suas atividades empresariais e sociais irão contribuir com o desenvolvimento do país e reduzir das desigualdades (Bishop & Green, 2010; Thorup, 2013).

O filantropocapitalismo inclui um número crescente de doadores (Mcgoey, 2012; Edwards, 2008) que através de doações buscam preservar os seus privilégios na sociedade, já que o capitalismo permeou o discurso social a um ponto que a maioria celebra e poucos questionam as ações dos filantropistas (Eikenberry & Mirabella, 2018; Bond, Pheko & Lenferna, 2023). As áreas de destino das doações filantropocapitalistas são diversas: educação, desenvolvimento internacional, melhoria da comunidade, artes, cultura, assistência médica e agricultura (Seifert, Morris & Bartkus, 2004; Baltodano, 2017; Seibert, 2017; Haydon, Jung & Russell, 2021; Mitchell & Sparke, 2016; Rowe, 2022).

Os doadores filantropocapitalistas podem organizar o seu fluxo de recursos destinados a ações sociais de diversas maneiras entre elas: a) através de doações em nome do próprio filantropo, b) através de fundações e institutos, c) organizações sem fins lucrativos ou de corporações (Haydon, Jung & Russell, 2021). Maclean, Harvey, Yang & Mueller (2021), sistematizaram na Figura 3 as duas escolhas que os doadores precisam fazer quando decidem direcionar recursos da doação, escolhendo entre doar para um fundo patrimonial (*endowment*) que será o intermediário para manter a operação da organização e ou doar para uma organização beneficiária final para construir, manter, revitalizar sua infraestrutura.

Figura 3: Modelo sistêmico de filantropia.



Fonte: Adaptação de Maclean, Harvey, Yang & Mueller (2021) – Tradução do autor.

Os recursos financeiros das fundações, sejam familiares ou empresariais, geralmente concedem um número limitado de doações, porém buscam de forma proativa potenciais parceiros intersetoriais, parcerias com governos, redes de

informação, coalizões que coordenam estratégias como parte para alavancar novos recursos (Aguilera, Rupp, Williams & Ganapathi, 2007; Jenkins, 2010; Baltodano, 2017). Outra característica típica das fundações é uma abordagem baseada em medir resultado para os investimentos sociais (Letts, Kelly & Johnson, 2015) Wiepking, & Handy, 2015; Wale & Rowlands, 2022) e impactos dos recursos aplicados (Lim, 2010), o que pode direcionar a aplicação de recursos em programas sociais com maior facilidade de mensuração em detrimento a projetos mais necessários sob o ponto de vista do bem-estar social (Jenkins, 2010; Adloff & Degens, 2017; Souza Leão & Eyal, 2019).

Em relação aos dados sobre filantropia, o relatório da OCDE (2018) descreve que, no período de 2010 a 2015, fundações familiares, com sede nos Estados Unidos e outras 2.000 organizações, baseadas em outros países e que relatam dados ao *Foundation Center*, fizeram doações no valor de mais de US\$ 112 bilhões. Nos Estados Unidos em 2010 os filantropos Bill Gates e Melinda Gates, em colaboração com Warren Buffett, realizaram um jantar com outros bilionários na cidade de Nova York e posteriormente anunciaram a criação do *Giving Pledge* como uma ferramenta para aumentar as doações filantrópicas entre outros bilionários (Hickman, Shrader, Xu & Lawson, 2015; OCDE, 2018; Harvey, Gordon & Maclean, 2021; Schmitz, Mitchell & Mccollim, 2021).

A proposta do *Giving Pledge* surgiu após uma série de reuniões privadas, organizadas pela família Gates, logo após o fim da crise financeira global de 2008 (Thorup, 2013; Wiepking & Handy, 2015; Hickman, Shrader, Xu & Lawson, 2015; Schervish, Davis, Cosnotti & Rosplock, 2016; Schmitz, Mitchell & Mccollim, 2021). A proposta de Bill e Melinda Gates em colaboração com Warren Buffett em 2010 era persuadir as demais famílias de bilionários a doar pelo menos 50% de sua riqueza para caridade em vida e seguindo os princípios éticos registrados no livro de Andrew Carnegie *The Gospel of Wealth* de 1889 (Hauser, 2004; Nickel & Eikenberry, 2010; Carnegie Medal Of Philanthropy, 2013; Youde, 2019; Schmitz, Mitchell & Mccollim, 2021; The Giving Pledge, 2022; Canfield, 2022). Carnegie em *The Gospel of Wealth* (1889) expõe que o único remédio verdadeiro e correto para a desigualdade é a filantropia realizada pelos indivíduos de alta renda tem a obrigação de administrar sua fortuna com prudência, dar um exemplo de vida modesta e sem ostentação, evitando exibição ou extravagância (Carnegie, 1906).

No Brasil, há filantropos e líderes de campo da responsabilidade social corporativa como Guilherme Leal, fundador da Natura e de diversas organizações sociais que cobrem as várias causas apoiadas por ele (IDIS, 2022). Mais recentemente, Elie e Susy Horn, tem surgido como uma família de grandes filantropos. A família Horn, fundadora da construtora Cyrela, foi a primeira família brasileira a assinar o *Giving Pledge*, uma declaração de que vai doar, em vida, pelo menos metade do seu patrimônio (*The Giving Pledge Letters*, 2015).

A seguir são expostos os estudos empíricos relacionado a filantropia e fundamentação das premissas.

2.3 REVISÃO DE ESTUDOS EMPÍRICOS E FUNDAMENTAÇÃO DAS PREMISSAS

Considerando o objetivo desta pesquisa foram estabelecidos procedimentos para a realização da revisão da literatura empírica a fim de identificar estudos relevantes publicados em periódicos nacionais e internacionais, sobre a temática filantropia e fundações familiares sob a ótica da Teoria da Legitimidade. Estes procedimentos foram executados nas seguintes etapas:

a) Artigos internacionais: os artigos foram pesquisados em 5 *journals*: *Family Business Review*; *Journal of Business Finance & Accounting*; *Journal of Family Business Management*; *Journal of Family Business Strategy*; *The Journal of Wealth Management*.

b) Artigos nacionais: os artigos foram pesquisados em 6 revistas: *Brazilian Administration Review*; *Cadernos Ebape.Br (FGV)*; *Organizações & Sociedade*; *Revista de Administração de Empresas*; *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*; *Revista Brasileira De Gestão de Negócios*.

c) Base de dados: *Elsevier's Scopus*, *EBSCOhost*, *Web of Science* e *Periódicos CAPES*.

Todas as pesquisas foram realizadas, tendo como critérios as palavras “*philanthropic*” e “*legitimacy*” e “*filantropia*” e “*legitimidade*” no título, no resumo e nas palavras-chave. Destaca-se que a busca pelos artigos ocorreu entre 1º a 20 de março de 2022, sem restrições de período, e retornou na base de dados *Elsevier's Scopus* o total de 79 (setenta e nove); *EBSCOhost* o total de 151 (cento e cinquenta e um); *Web of Science* 93 (noventa e três); *Periódicos CAPES* o total de 535 (quinhentos e trinta

e cinco) e no *journals* selecionados 183 (cento e oitenta e três), totalizando 1.041 resultados. Nestes resultados não constam *book reviews*, *proceedings papers*, editoriais e capítulos de livros. Para os resultados obtidos, foram lidos os títulos, palavras-chaves e resumo e eliminados os artigos que não relacionados com o objetivo desta pesquisa, restando assim os 16 artigos descritos nos parágrafos seguintes. As palavras “*filantrocapitalismo*” e “*philanthrocapitalism*” também foram pesquisados e não trouxeram contribuições relevantes para revisão da literatura empírica sob a ótica da Teoria da Legitimidade.

Considerando que os recursos destinados às ações sociais pelas fundações familiares advêm das famílias filantropas e que estas recebem recursos em forma de lucros e dividendos das suas empresas, foram selecionados estudos relacionados a ações sociais das fundações familiares, das famílias filantropas e das empresas, já que estas podem obter legitimidade através das ações realizadas pelas famílias controladoras e suas fundações. Estes resultados são descritos a seguir.

Inicialmente serão apresentados 4 artigos que tratam dos propósitos de empresas familiares realizarem filantropia, na sequência são apresentados 2 artigos que mencionam os propósitos de empresas que os estudos não mencionaram a composição acionária e 1 comparando filantropia de empresas familiares com não familiares. Posteriormente serão apresentados 3 artigos que abordam os propósitos dos filantropos na sequência os 3 artigos que abordam a filantropia através das fundações, 1 sobre filantropia norte americana em período de pandemia global e por fim 2 sobre a evidenciação das informações.

Dentre as publicações sobre filantropia realizada por empresas familiares se destaca o artigo de Bielawska (2021) que realizou entrevistas com 43 proprietários, co-proprietários e conselheiros de empresas familiares para mensurar as causas, escopo, formas e beneficiários do engajamento social das empresas familiares poloneses. Os achados da pesquisa revelam que a principal causa do engajamento social é a realização de necessidades emocionais da família de compartilhar com a sociedade, geralmente próxima do local onde ela possui os seus negócios, parte do seu sucesso de longo prazo. Os recursos doados dividem-se entre caridade (focada em necessidades imediatas da sociedade) e filantropia (focada em necessidades de longo prazo) e aumentaram durante a pandemia global da COVID-19. Através do engajamento social as famílias possuem melhor percepção entre vizinhos e amigos, o que resulta em elevação do status da família perante a sociedade, melhorando a

relação entre a empresa da família e a comunidade o que promove a longevidade dos negócios ao longo das gerações. Assim, o engajamento social das empresas familiares traz benefícios tanto para beneficiários quanto para doadores.

Na Finlândia, Lähdesmäki & Takala (2012) realizaram entrevistas com 25 proprietários-gerentes de pequenos negócios com objetivo de identificar os propósitos de ações filantrópicas e refletir o conceito de responsabilidade social corporativa em nível geral. As entrevistas consistiram em questões abertas e abrangentes sobre temas de relações empresariais, sociais e considerações éticas nos negócios. Todos os entrevistados também foram questionados especificamente sobre como eles percebem a filantropia como parte de suas atividades empresariais. Assim, o foco do estudo está nas percepções dos proprietários-gerentes sobre a filantropia. Como descobertas mostra-se que a reatividade, a ênfase nos interesses pessoais, a vontade de utilizar a filantropia como parte do marketing e a falta de planejamento são características da filantropia no contexto da pequena empresa. As pequenas empresas muitas vezes enfatizam as razões estratégicas de negócios como o principal motivo de seus compromissos filantrópicos. Em algumas exceções, as decisões filantrópicas baseiam-se na mera vontade de contribuir para o bem-estar na comunidade.

De Campos, Gallon & Becker (2021) apresentaram o estudo que tem como objetivo identificar a natureza das características e os resultados sociais das parcerias estabelecidas entre organizações não governamentais (ONGs) e as empresas privadas. A pesquisa foi um estudo de caso coletivo qualitativo em que as evidências foram coletadas por meio de 12 entrevistas aplicadas em 2 pequenas empresas brasileiras e analisados por meio da técnica de análise de conteúdo. Os achados indicam que, na primeira empresa pesquisada, a parceria é motivada pelo interesse da empresa em qualificar seu fornecedor, voltado para uma orientação identitária relacional, estabelecendo relações filantrópicas. Na segunda empresa, fica evidente a busca de legitimidade social, diante de uma orientação identitária coletivista. Assim, o estudo conclui que o diferencial da colaboração intersetorial está na interação entre empresa, ONG e cooperativas. Os resultados também mostram que a proximidade do diálogo entre as empresas e a sociedade civil tem uma forte relação com os resultados sociais para as comunidades locais. Este estudo ainda revela a necessidade de ampliar a compreensão dos resultados sociais das parcerias sociais para as comunidades locais.

Em relação ao propósito das ações filantrópicas realizadas por empresas familiares chinesas, a pesquisa de Li, Au, He & Song (2015) mostram que a intenção de sucessão intrafamiliar das empresas familiares é o principal fator que molda a filantropia empresarial é impactada também pelo status social e religiosidade das famílias. Outro propósito é que os valores destinados a caridade atraíam um resultado positivo para a empresa.

No contexto da Teoria da Legitimidade é possível verificar que nos 4 artigos apresentados acima a filantropia de empresas familiares existe de forma explícita ou implícita a necessidade de se legitimar perante a sociedade visando aumentar os resultados da empresa.

Arco-Castro; Lopez-Pérez; Rodriguez-Gomez & Garde-Sánchez (2020) analisaram 221 empresas europeias, indexadas no Índice de Sustentabilidade Dow Jones, no ano de 2018, com objetivo de identificar os propósitos e meios de realização de filantropia empresarial visando cumprir requisitos de responsabilidade social empresarial. Dentre os achados estão: a) a filantropia corporativa, como expressão de compromisso com o bem comum pode contribuir para a criação de valor social nas empresas; b) a gestão da filantropia corporativa deve levar em consideração os requisitos das partes interessadas; c) as partes interessadas mostram maior afinidade e confiança com a empresa quando a filantropia é canalizada por meio de fundações.

Lindorff & Peck (2010) apresentam um estudo exploratório e qualitativo, sobre as crenças de responsabilidade social corporativa dos CEOs de grandes instituições financeiras australianas. Os resultados examinam os fatores determinantes que levam à promoção da responsabilidade social corporativa. Foi constatado que, embora muitos líderes apoiem a premissa central do modelo de criação de riqueza de que a principal responsabilidade da organização é maximizar seu valor para cumprir suas obrigações fiduciárias com seus acionistas, eles também acreditam que as atividades de RSE beneficiam a organização financeiramente e na construção da sustentabilidade corporativa, engajamento e desempenho dos funcionários e capital social. Acredita-se também que as atividades de responsabilidade social corporativa aumentam a legitimidade da organização.

Ge & Micelotta (2019) investigaram as condutas relacionadas a doações em empresas familiares e não familiares na China, a amostra da pesquisa contou com 3.075 empresas chinesas e o principal achado foi que as empresas familiares são mais engajadas em ações sociais que as empresas não familiares. Esse maior

engajamento das empresas familiares advém da maior necessidade da família e da empresa se legitimarem perante a sociedade, fazendo com que os valores destinados a filantropia sejam maiores que as realizadas por empresas não familiares.

É possível observar nos estudos que o principal propósito das ações filantrópicas das empresas sem composição acionária mencionada também é de manter de forma direta ou indireta, a necessidade de se legitimar perante a sociedade. Essa necessidade é ainda maior quando a empresa é familiar por ter relação com a comunidade.

Em relação os propósitos dos filantropos, a pesquisa realizada por Harvey, Gordon & Maclean (2021) apresentam uma análise da ética das motivações das ações filantrópicas para dois grupos de filantropos. O primeiro grupo, com análise voltado a entrevistas de filantropos consuetudinários ou também denominados tradicionais. O segundo grupo, denominado de filantropos empreendedores, relacionado ao filantrocapitalismo. Foram entrevistados 24 filantropos do Reino Unido: 12 consuetudinários e 12 empreendedores. A pesquisa conclui que a filantropia com viés empreendedor, como um instrumento ostensivamente eficaz de justiça social, é eticamente falha por seu impulso incessante em direção à pureza ideológica. Já a filantropia consuetudinária não apresenta problemas de ética relevantes.

A pesquisa de Harvey, Gordon & Maclean (2021) consideram a filantropia consuetudinária aquela que possui, como principais características: a) pessoas envolvem-se em filantropia por um senso de dever de estender a beneficência aos necessitados, vivem em um ambiente em que dar é a norma como parte de suas posição privilegiada; b) as crenças, erros e acertos individuais definem o foco das ações filantrópicas, c) valorização da coesão social enquanto tolera a continuidade da existência de desigualdades; d) o filantropo decide quais causas irá apoiar; e) focado na comunidade regional. Já as principais características da filantropia empreendedora são: a) focada no individualismo com ênfase em desenvolver as capacidades necessárias para um indivíduo alcançar a prosperidade sem depender de outros; b) defende que a justiça social é mais bem alcançada pela criação de igualdade e oportunidade para todos; c) foca em problemas decorrentes da desigualdade e da injustiça; d) foco em resolver o problema na origem em vez de simplesmente oferecer alívio das consequências (por exemplo, oferecer oportunidade educacional, treinamento de habilidades, transferência de conhecimento, micro finanças e criação de novos negócios, com o objetivo de equipar as pessoas para competir em um

sistema econômico global ampliado e abrangente); e) foco em projetos a nível mundial, como exemplo: o trabalho da Fundação Bill e Melinda Gates na luta pela erradicação de doenças como a malária e a poliomielite.

Schervish *et al.*, (2001) entrevistaram proprietários de 28 empresas de alta tecnologia detentores de riqueza envolvidos em filantropia, dois cônjuges coparticipantes e vários indivíduos bem-informados que trabalham com e entre filantropos de alta tecnologia. O objetivo do estudo foi entender como os detentores de riqueza de alta tecnologia estão se envolvendo em filantropia e seus principais propósitos. Os principais achados foram: a) eles costumam investir em filantropia de risco, identificando oportunidades anteriormente negligenciadas; b) fazem doações para causas políticas; c) aplicam princípios empresariais à filantropia e buscam ser reconhecidos perante a sociedade através de ações sociais.

Glucksberg & Russell-Prywata (2020) fizeram uma pesquisa que investigaram o papel da filantropia de elite no Reino Unido no contexto da crescente desigualdade global, perguntando se doações filantrópicas em grande escala por elites estão bem-posicionadas para ajudar a combater desigualdade. Os desafios colocados pela “Filantropia Plutocracia” são explorados através da análise de uma rede dos 30 maiores filantropos do Reino Unido e suas conexões com empresas e fundações. A pesquisa apresenta como achado que o fomento da filantropia é como uma estratégia de planejamento sucessório com tentativas de legitimar a acumulação de riqueza entre os super ricos.

Em linha com o objetivo deste estudo e pela necessidade de compreender os propósitos que levam os filantropos e famílias de alta renda as 3 pesquisas relacionadas anteriormente trazem uma abordagem de longo prazo e de escala global, o achado de Glucksberg & Russell-Prywata (2020) apresentam uma característica peculiar de legitimação da fortuna da família.

Em relação a filantropia através de fundações empresariais, Florindo, Miranda & Machado (2007) analisam a responsabilidade social corporativa das empresas brasileiras através de fundações. As fundações vêm assumindo papel de destaque como agentes sociais e políticos, não apenas pelo volume de recursos de que passam a dispor, mas pelo modo como se inserem nos problemas da vida diária das pessoas, desde o atendimento de necessidades básicas como saúde e educação até campos como cultura, lazer e esporte.

As fundações constroem discursivamente sua relação com a empresa e a sociedade a partir do tema responsabilidade social buscando a legitimação. O método de análise de discurso foi empregado com o objetivo de identificar e compreender como a companhia e a sociedade estão presentes no discurso proferido por seis fundações em seus websites. O estudo revela que, além de protagonistas na criação de valor social, as fundações vêm desempenhando papel estratégico para a companhia.

Ricciuti & Turrini (2018) apresentam um retrato das organizações filantrópicas italianas, destacando os pontos fortes, fracos e desafios que a filantropia enfrenta na Itália em comparação com a Alemanha e os Estados Unidos. O estudo destaca a extrema variedade do setor filantrópico e sugere que as fundações italianas ainda não existem como um grupo homogêneo. Em vez disso, como subgrupos, alguns deles têm uma espécie de forte identidade institucional (ou seja, fundações de origem bancária, enquanto outros parecem comportar-se de forma muito independente e são menos abertos não apenas à supervisão pública, mas também à comunicação e colaboração entre pares (ou seja, fundações familiares, fundações privadas independentes). Além disso, o artigo sugere que o cenário das fundações italianas está passando por uma transição para novos regimes institucionais, que será acelerado pela capacidade de ganhar legitimidade e atuar como um grupo mais unitário. Oportunidades de crescimento e acesso a novos recursos só serão possíveis se as fundações italianas contribuírem proativamente para a reconfiguração dos sistemas de bem-estar.

Gehringer (2020) fizeram uma pesquisa que a apresenta como as fundações e sua posição entre o setor empresarial e a sociedade civil os tornam corretores de parcerias ideais colaborações intersetoriais. Além disso, o estudo examina como as fundações abordam a agenda 2030 no que diz respeito às suas atividades e estratégias. Seguindo uma abordagem de pesquisa exploratória, os dados foram coletados por meio de uma pesquisa online entre gerentes de fundações na Suíça, Liechtenstein e Alemanha. Os dados da pesquisa sugerem que para contribuir de forma mais eficaz para os ODS, as fundações devem fazer mais e melhor uso de suas capacidades para unir lógicas institucionais, reunir recursos e iniciar parcerias entre os diversos setores.

Finchum-Mason, Husted & Suárez (2020) realizaram uma pesquisa nas 500 maiores fundações filantrópicas nos Estados Unidos, para responder: “Como as

grandes fundações estão agindo para conter o impacto e a ajuda da COVID-19”. Para caracterizar e mapear as alterações do comportamento das fundações americanas foram aplicadas perguntas que tinham as seguintes questões centrais (a) mudanças na estratégia interna ou doação; (b) mudanças nas relações com organizações beneficiárias, (c) priorização das comunidades mais afetadas pela crise da COVID-19 e (d) colaboração entre organizações e setores da sociedade.

Os autores concluíram que grandes fundações privadas e comunitárias americanas tomaram medidas para combater a crise da COVID-19 de várias maneiras. As fundações pesquisadas estabeleceram novos fundos para abordar questões relacionadas à COVID-19, e muitas estão mudando suas prioridades de financiamento, solicitando feedback da comunidade para desenvolver sua estratégia e defendendo mudanças nas políticas públicas. Onde vemos o maior movimento em todas as fundações é nos relacionamentos e acordos com os donatários, com a maioria relatando que eles estão fazendo mudanças significativas na forma como apoiam seus donatários sem fins lucrativos, desde afrouxar restrições, mudar como os fundos podem ser usados e reduzir os requisitos de relatórios para fornecer financiamento adicional e tornar esse financiamento irrestrito. Se a crise da COVID-19 servirá como um catalisador para institucionalizar essas mudanças nas relações fundação-donatários permanece uma questão em aberto.

No âmbito da divulgação e evidenciação das informações de responsabilidade social Irigaray, Vergara & Araujo (2017), realizam análise de conteúdo nos relatórios de administração e de sustentabilidade nas empresas listadas na B3 do ano de 2012. A pesquisa revelou que 25% das empresas se mostram engajadas com compromissos éticos, desenvolvimento das comunidades locais, projetos de recuperação ambiental e preservação. Por outro lado 33% das empresas apresentam pouca clareza no entendimento do que é responsabilidade social, confundindo filantropia com o atividade empresarial, iniciativas voluntárias de funcionários como o da empresas, o pagamento de multas com investimentos sociais, entre outras informações ambíguas.

A pesquisa de Innocenti, Vicente & Gasparetto (2020) que teve por objetivo identificar em 13 fundações privadas em Santa Catarina através de análise de conteúdo, o nível de evidenciação voluntária de 27 práticas de governança corporativa, à luz dos princípios estabelecidos pelo Instituto Brasileiro de Governança

Corporativa. Como achado as fundações privadas apresentaram de uma escala 0 a 2, o nível médio de evidenciação voluntária de 1,2 da amostra.

Nos estudos em âmbito nacional, o foco está relacionado a evidenciação das informações disponíveis na B3 e a abordagem predominante é a análise de conteúdo. O apêndice E sintetiza os principais resultados das pesquisas que relacionam a filantropia nas empresas e com os proprietários.

Neste seção tratou-se das pesquisas empíricas em diversos países sobre a responsabilidade social das organizações, além das diferentes ações realizadas para combater os problemas sociais. Abordou-se também a Teoria da Legitimidade em relação as empresas familiares. Diante dos estudos citados destaca-se a pesquisa de Bielawska (2021) contribuiu diretamente com as perguntas: (1) Quais são os motivos do engajamento social do pelo pela fundação familiar?; (2) O envolvimento social aplica-se apenas aos beneficiários no país ou ultrapassa as fronteiras nacionais?; (3) O envolvimento social dos entrevistados da fundação é uma atividade filantrópica ou beneficente? (4) Como os proprietários das empresas familiares se comportam diante dos riscos macroeconômicos causados pela pandemia da COVID-19? (5) O envolvimento social das famílias de negócios polonesas beneficia as famílias doadoras? As perguntas foram adaptadas para o contexto brasileiro.

A pesquisa de Finchum-Mason, Husted & Suárez (2020) de trouxe questões das fundações americanas para o combate a pandemia Global: (1) Quais mudanças, se houver, na estratégia ou doação sua fundação fez (ou está fazendo) em resposta a COVID-19? (2) Quais mudanças, se houver, nos acordos ou relacionamentos com os beneficiários atuais sua fundação fez (ou está fazendo) em resposta a COVID-19? (3) Qual dos grupos a seguir, se houver, sua fundação priorizou em sua resposta a COVID-19? (4) Sua fundação colaborou com alguma das seguintes entidades em resposta a COVID-19?

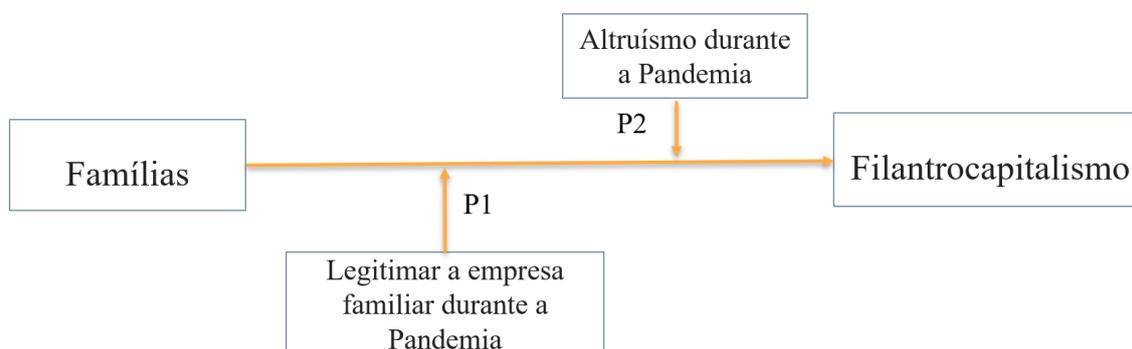
Uma das razões para focar em fundações familiares é seu pouco reconhecimento como organização com renda privada dedicada a objetivos de benefício público e influenciando política e prática global nas artes, bem-estar, saúde e meio ambiente (Leat, 2016; Garcia-Arias, 2019; Birn, 2014). Existiu um aumento dos valores destinados a filantropia, após a crise financeira de 2008-2009 (Haydon, Jung & Russell, 2021) e que foi reforçado em 2019-2020 pela necessidade de apoio e de assistência social aos afetados pela pandemia (Sklair & Gilbert, 2022; Finchum-

Mason, Husted & Suárez, 2020, 2021; Shayan, *et al.*, 2022; Bielawska 2021; Rivo-López, Villanueva-Villar, Michinel-Álvarez & Reyes-Santías, 2021).

O terceiro setor exerce um importante papel no desenvolvimento social, econômico e ambiental (Mañas & Medeiros, 2012). O seu financiamento provém tanto do setor público quanto do privado (Silva, 2010). As fundações familiares, objeto desta pesquisa, recebem os recursos do setor privado lucrativo gerado pelas empresas que as famílias controlam.

A revisão da literatura empírica possibilitou a elaboração de duas premissas dicotômicas dos propósitos das famílias tem ao se engajar em atividades filantrópicas. A premissa (P1) O propósito da família no filantropocapitalismo esteve fundamentada na busca por legitimar a atividade da empresa (Friedman, 1970; Aupperle, Carroll & Hatfield, 1985; McWilliams, Siegel & Wright, 2006; Branco & Rodrigues, 2006; Carroll 2010; Jensen, 2002; Breeze, 2009; Aguinis & Glavas, 2012; Ge & Micelotta, 2019; Glucksberg & Russell-Prywata, 2020; Bielawska, 2021) e a premissa (P2) é que o propósito da família no filantropocapitalismo esteve-se ao comportamento altruísta da família durante a pandemia (Wright, 2001; Lantos, 2002; Aguilera, Rupp, Williams & Ganapathi, 2007; McGoey 2012; Soto, Salazar, & Mateo 2012; Mediavilla & Garcia-Arias, 2019; Lähdesmäki & Takala 2012; Phillips, 2018; Eikenberry & Mirabella, 2018; Gilinsky, Forbes & Fuentes-Fernández, 2018). A premissa da pesquisa está sintetizada na figura 4 que levam as famílias para o filantropocapitalismo.

Figura 4 – Propósito para o filantropocapitalismo.



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Quando a família decide se envolver socialmente há duas premissas que foram pesquisadas o altruísmo individual ou legitimar a empresa. No próximo capítulo apresenta-se a metodologia a ser utilizada nesta pesquisa.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo será apresentada a metodologia utilizada nesta pesquisa. O estudo consiste em pesquisa aplicada, pois pretende compreender os propósitos das famílias no engajamento social durante a pandemia de 2020 e 2021. A pesquisa foi abordada por meio de métodos qualitativos, inicialmente a partir de revisão bibliográfica da literatura e pesquisa documental, para determinação dos principais tópicos a serem tratados na etapa seguinte.

A segunda etapa foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com filantropos, conselheiros e gestores, dependendo da peculiaridade de cada família. Na terceira etapa foi realizada a coleta dos relatórios de atividades das fundações para dar robustez a pesquisa. O objetivo destas etapas foi incorporar conhecimentos ao levantamento da revisão da literatura nacional e internacional, principalmente relacionado a filantropocapitalismo das famílias de alta renda.

A seguir serão apresentados o corpus de análise, fonte e coleta de evidências.

3.1 Corpus de análise

A pesquisa realizou entrevistas individuais com pessoas ligadas a gestão das fundações familiares de famílias controladoras de grandes empresas do Sul do Brasil. O Sul do Brasil possui Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos (FASFIL) que totalizam 52.673, sendo a segunda região com maior concentração de entidades do terceiro setor, o que representa 22,2% do total das FASFIL no Brasil (IBGE, 2016), conforme demonstrado na Tabela a seguir:

Tabela 1 - Fundações privadas e associações sem fins lucrativos – FASFIL (IBGE).

Estados	Fundações Privadas e Associações sem fins lucrativos – FASFIL	
	Quantidade	Percentual (%)
Norte	9.193	3,9%
Nordeste	44.496	18,8%
Sudeste	114.410	48,3%
Sul	52.673	22,2%
Centro-Oeste	16.178	6,8%
Total	236.950	100%

Fonte: Adaptado de IBGE (IBGE, 2016).

O convite para participação na pesquisa foi realizado através de envio de e-mail, aplicativo de mensagens e telefonema. Foram enviados 1.025 e-mails e realizadas 30 ligações telefônicas para filantropos, conselheiros, gestores e fundações familiares das empresas familiares do ranking da revista amanhã. Foi possível agendar 16 entrevistas, 5 indicando que a família e ou fundação não participa de pesquisas acadêmicas, 5 informando que as informações disponíveis são públicas no site, 5 justificativas diversas e 1 informando que não se enquadra no perfil de pesquisa e parabenizando o pesquisador e a Universidade pela iniciativa pesquisa e solicitando assim que possível uma versão da dissertação após publicação (ver APÊNDICE D resposta 12) e 993 emails não tiveram nenhum retorno até a finalização desta dissertação.

Para os retornos que permitiram o agendamento das entrevistas, além da disponibilização de link para a entrevista remota, foi enviado um agradecimento pelo aceite em participar do estudo e o termo de consentimento livre e esclarecido – TCLE ON LINE (ver APÊNDICE B).

3.2 Fonte e coleta de evidências

A coleta de evidências foi obtida através de 16 entrevistas semiestruturadas., por conveniência, (ver APÊNDICE C) guiados para os filantropos, gestores e conselheiros. As evidências para a análise de conteúdo foram obtidas nos meses de novembro a dezembro de 2022 por meio de documentos publicados pelas fundações em seus *websites*. Também, foi realizada analisando 10 relatórios de atividades de 2020 e 2021 disponibilizados, missão, atividade sociais e composição dos membros do conselho para realizar a triangulação com o objetivo do estudo. A escolha do período está relacionada a pandemia global, como mencionado anteriormente, a filantropia das famílias ganhou força em 2019 com a pandemia no Brasil.

O projeto de pesquisa proposto utiliza o modelo que foi aplicado nos artigos de Finchum-Mason, Husted & Suárez (2020) e Bielawska, (2021) e adaptado para o contexto desta pesquisa. Cabe destacar que entrevistas foram realizadas virtualmente via software *Microsoft Teams* e gravadas com a transcrição automática do software e armazenadas nos servidores da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Os participantes aceitaram voluntariamente a participar no estudo como consentimento

do TCLE ON LINE, sendo considerado a autorização do (a) entrevistado (a) para gravação da entrevista.

Os dados foram coletados entre os meses de novembro e dezembro de 2022, sendo que das 16 entrevistas individuais, apenas 1 entrevista não foi permitida a gravação de áudio e vídeo. As entrevistas tiveram duração média de 20 minutos, sendo a mais curta 11 minutos e a mais longa 39 minutos conforme Tabela 2 – resumo das entrevistas. A tabulação e análise das evidências referentes as entrevistas foram feitas com recursos do Word (ver apêndice G e H) e a utilização da análise de conteúdo, técnica que propõe analisar o que é explícito no texto para obtenção de indicadores que permitam fazer inferências (Bardin, 2006). Essa análise de conteúdo partirá das respostas das entrevistas e análise de documentos.

Optou-se nesse estudo por entrevistas semiestruturadas, em que o fluxo de conversa é mais flexível, permitindo ao pesquisador alterar a ordem das questões, usar formulações distintas entre as diferentes entrevistas, adicionar testes e validações entre questões e esclarecer dúvidas dos entrevistados (Berg, 2004). Para garantir a validação interna dos resultados de pesquisa, optou-se nesse estudo pela triangulação das evidências, a partir de fontes distintas, porém complementares (Creswell, 2007). Portanto, além de entrevistas em profundidade semiestruturadas, foi realizada uma análise documental, método de coleta de dados que envolve a coleta de documentos públicos que contém informações relevantes sobre o fenômeno estudado. Esse tipo de coleta permite ao pesquisador acessar dados refletidos por terceiros e ampliar o campo de estudo (Creswell, 2007).

No primeiro momento, foi construído um roteiro de perguntas realizadas a partir do objetivo estabelecimento da pesquisa com base na literatura. Posteriormente, aplicou-se uma entrevista experimental, também foi submetido em abril e outubro de 2022 a discussões do grupo de pesquisa em Governança CNPq - UNISINOS. O projeto foi submetido a avaliação do Comitê de Ética e Pesquisa e aprovado no dia 19 de outubro de 2022 sob o número CAAE: 63964922.7.0000.5344 e disponibilizado no site <https://plataformabrasil.saude.gov.br/>. Portanto, o roteiro final APÊNDICE B resultou das contribuições destes pesquisadores e do resultado da entrevista efetuada a partir da revisão da literatura, literatura que embasou os artigos de Finchum-Mason, Husted & Suárez (2020) e Bielawska, (2021).

Algumas perguntas foram aplicadas para ambos (filantropos, conselheiros e gestores). Vale observar que, nos casos em que os entrevistados restringiram ao

tempo para entrevista, foi apresentado o objetivo da pesquisa e eles se sentiram estimulados para falar sobre o tema. Em síntese, o desenho metodológico aplicado desta pesquisa pode ser observado no Quadro 1.

Quadro 1 - Desenho metodológico da pesquisa.

Procedimento	Técnica de coleta	Técnica de Análise
Coleta de dados primário: entrevista retrospectiva e semiestruturada realizados a filantropos, conselheiros e gestores das fundações filantrópicas	Entrevistas individuais	Análise de Conteúdo
Coleta de evidências secundária: Para triangulação e robustez foi realizada a análise dos relatórios de atividades realizadas durante o ano de 2020 e 2021.	Relatórios de atividades	Análise descritiva e documental

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

A análise das entrevistas e dos relatórios coletados no *website* foram realizadas por meio da análise de conteúdo, análise de descritiva e conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens (Bardin, 2006).

No próximo capítulo serão apresentas os resultados e discussão das entrevistas e dos relatórios de atividades sob a lente da Teoria da Legitimidade.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O capítulo apresenta a análise e discussão dos resultados das entrevistas realizadas com filantropos, conselheiros e gestores das fundações familiares e da análise documental dos relatórios. Os dados obtidos a partir da análise de conteúdo, descritiva e documental foram apresentados referenciando o documento de origem devidamente numerados. Os dados obtidos por meio das entrevistas foram apresentados por meio de trechos das falas literais dos entrevistados, sempre entre aspas, conforme gravação e transcrição da entrevista, respeitando as expressões utilizadas e os dizeres de cada entrevistado. As falas foram identificadas apenas com a numeração e trecho da entrevista e a menção a qualquer empresa, família ou instituição foram suprimidas com a palavra “[FUNDAÇÃO]”, garantindo anonimato aos entrevistados. Trechos que não agregam ao entendimento geral da fala também foram suprimidos com o símbolo “[...]”.

Os resultados da pesquisa foram organizados de acordo com os grandes achados da análise das evidências. Cada grande achado foi descrito e embasado por evidências encontrados na análise documental e/ou por trechos de falas das entrevistas. Sempre que possível, utilizou-se mais de uma fonte de pesquisa para triangular as evidências.

4.1 Análise das entrevistas e relatórios de atividades

As entrevistas foram gravadas e transcritas automaticamente na íntegra (*ipsis litteris*) pelo sistema *Microsoft Teams*, mesmo com uma transcrição de qualidade todas as dezesseis entrevistas foram revisadas pelo pesquisador, que corrigiu um número mínimo de palavras (principalmente jargões, palavras duplicadas, termos técnicos ou termos na língua inglesa). Todas as dezesseis transcrições tiveram a identificação do participante ou da fundação participante (função, instituto, associação ou família) devidamente anonimizadas. Mesmo que, antes de gravar as entrevistas, fosse solicitada ao participante a não utilização de nomes que pudessem identificar as famílias e as instituições ou até mesmo o participante ou terceiros, muitos deles se esqueciam e mencionavam o próprio nome, o nome da instituição e até de outras famílias ou instituições.

Tabela 2: Resumo das entrevistas com data, formato e tempo da entrevista.

Identificação	Perfil	Gênero	Data da realização da entrevista	Tempo de duração da entrevista
Entrevistado 1	Conselheiro Fiscal	M	14/11/2022	19 minutos e 27 segundos
Entrevistada 2	Diretora de Fundação Familiar	F	16/11/2022	38 minutos e 24 segundos
Entrevistado 3	Empresário e Conselheiro Consultivo	M	17/11/2022	23 minutos e 28 segundos
Entrevistado 4	Gestor de Projetos Sociais	M	17/11/2022	25 minutos e 13 segundos
Entrevistado 5	Gestor de Single-Family Office	M	18/11/2022	15 minutos e 31 segundos
Entrevistada 6	Gestora Associação Privada	F	24/11/2022	19 minutos e 57 segundos
Entrevistado 7	Empresário (Startup 2.5)	M	25/11/2022	18 minutos e 59 segundos
Entrevistado 8	Presidente do Conselho de Administração	M	26/11/2022	14 minutos e 44 segundos
Entrevistado 9	Filantropo de Primeira Geração	M	28/11/2022	36 minutos e 18 segundos
Entrevistado 10	Gestor de Investimentos & Conselheiro	M	28/11/2022	12 minutos e 41 segundos
Entrevistado 11	Consultor	M	28/11/2022	11 minutos e 42 segundos
Entrevistada 12	Presidente – CEO – Segunda Geração	F	30/11/2022	26 minutos e 31 segundos
Entrevistado 13	Filantropo de Primeira Geração	M	06/12/2022	24 minutos e 47 segundos
Entrevistada 14	Filantropa e Conselheira	F	07/12/2022	25 minutos e 07 segundos
Entrevistada 15	Conselheira	F	07/12/2022	38 minutos e 26 segundos
Entrevistada 16	Conselheira	F	12/12/2022	10 minutos e 42 segundos

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

O pesquisador destacou trechos e revisou todo o conteúdo das gravações de vídeo, incluindo “Entrevistado# Trecho#” para identificar os propósitos dos entrevistados. Essas transcrições foram posteriormente transferidas individualmente como um “Documento”. Não foi utilizado software para organização e codificação das evidências da pesquisa qualitativa tendo em vista a baixa quantidade de entrevistados e a saturação das respostas dentro da temática estudada, A seguir na Tabela 3 a representatividade da amostra nos três estados do Sul do Brasil.

Tabela 3 – Regiões da amostra coletada.

Identificação	Estado	Quantidade
Região 1	Paraná	1
Região 2	Santa Catarina	1
Região 3	Rio Grande do Sul	14
	Total	16

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

4.2 Discussão das premissas

Para entender o que leva as famílias a se envolverem socialmente com a sociedade durante período pandêmico e para atingir o objetivo desta pesquisa foi realizada a seguinte pergunta principal “*Poderia me falar sobre qual o propósito da família do engajamento social durante a pandemia?*” A seguir na Tabela quatro, apresenta-se um resumo que relaciona os atributos motivadores do filantropocapitalismo respondido pelos filantropos, gestores, e conselheiros das fundações familiares:

Tabela 4 - Resumo dos propósitos relatados nas entrevistas.

PROPÓSITOS
Vontade de retribuir e sentimento de gratidão;
Vontade de minimizar os problemas causados pela pandemia com combate à fome e apoio para a saúde.

Na análise dos fragmentos essenciais retirados das entrevistas, os propósitos mais observados foram (1) vontade de retribuir e sentimento de gratidão e (2) vontade de minimizar os problemas causados pela pandemia. A partir das respostas e análise dos relatórios foi possível identificar os propósitos que levam as famílias para a prática do filantropocapitalismo, os resultados mostram que o propósito é individual e que não tem relação em otimizar o lucro das empresas muito presente na literatura.

O propósito respondido pelos entrevistados que levam ao filantropocapitalismo foi a vontade de retribuir e sentimento de gratidão que é um altruísmo com tendência de não se relacionar em legitimar a empresa. Nos trechos a seguir, resumem-se principais respostas dos entrevistados.

“O senhor [...] tem essa crença “de que ele ganhou” como é que ele volta para a sociedade, entendendo quais são os pontos fundamentais, como é que esse investimento que ele faz, ele gera melhoria na qualidade de vida de pessoas que precisam e o foco dele é educação assim o Brasil tem muita deficiência na questão da educação. É que que tem vocação, mas não tenho oportunidade. A família reconhece o fruto que o bem que esses recursos fazem e eles vibram quando um aluno contemplado com uma bolsa tem uma performance extraordinária, então é um ambiente na família se tem muitas pessoas na família que também são fazer parte. Não é esse tudo em si. Eu acredito que seja uma questão assim de satisfação pessoal, assim, refletido no propósito do fundador [...]”.

ENTREVISTADO 1 – TRECHO 6.

“A [FUNDAÇÃO] surgiu por volta do ano de 2008, quando o patriarca do [...] decidiu destinar recursos próprios em vida para retornar a sociedade. É o que ele recebeu da sociedade ao longo da vida e o foco da filantropia da família. Nesse caso, ela é bastante focada em educação básica e existem algumas liberalidades para ser feitos em outras áreas [...].”
ENTREVISTADA 3 - TRECHO 1.

“[...] É uma pessoa que se importa muito com o que os outros já fizeram para Ele. Ele se importa muito em devolver isso para a comunidade. Como não só Porto Alegre como o Brasil, abraçou muito a família dele. E quando eles vieram para o Brasil e ele se importa muito em devolver isso [...].”
ENTREVISTADO 4 - TRECHO 6.

“[...] A [FUNDAÇÃO] foi criada com essa ideia de reciprocidade, já que aqui eles conseguiram prosperar. Eles é vinham da China, logo após a revolução comunista e como uma série que acompanhar muitas tragédias, na verdade, na China e ao chegar ao Brasil, prosperado e o confucionismo tem muito a esse valor da reciprocidade, então acho que ninguém foi criado basicamente com esse objetivo de como devolver a essa terra. O objetivo da família é disseminar a arte e a cultura. Em contato com a cultura e com a arte, com conhecimento também sobre as humanidades, elas têm condições de ter uma postura e mais evoluída perante a sociedade e toda sociedade e prosperar. Durante a pandemia a filantropia da família se expandiu para área da saúde e se teve a criação de ações foi possível comprar a equipamentos hospitalares [...].”
ENTREVISTADA 2 – TRECHO 1.

“[...] o conhecimento empírico criado ao longo desses mais de 20 anos, nós não temos um único motivo. Nós temos diversos motivos e não temos uma única iniciativa dentro dessas famílias, porque essas famílias também possuem uma composição tão complexa não são único núcleo e não é uma única motivação. Alguns elementos possuem a intenção do que a gente chama de devolver um pouco do que a sociedade é, trouxe ao longo da sua história. É, algumas famílias entendem é que quando se misturam com as questões de negócios, que tem uma questão reputacional é bom para os negócios eu ter a identificação com causas sociais, ambientais e hoje muito em voga, do ESG. Uma certa harmonia com as comunidades pela qual elas convivem com seus negócios e principalmente socialmente, serem percebidos como alguém integrados e bem feitos. Então, eu não teria uma única razão, mas uma multiplicidade de razões e talvez [...].”
ENTREVISTADO 8 - TRECHO 4.

“[...] O meu ânimo eu acho que é, é uma forma de gratidão, sabe? Falar de gratidão assim, por tudo que a gente já conquistou, por tudo que a gente já teve, pela família, com saúde, com energia para. Para trabalhar cada vez mais e eu sempre digo, eu acho que o meu trabalho não é um trabalho, é um prazer, a gente tem prazer em fazer isso e ajudar a comunidade o meu retorno não financeiro. Meu retorno é ver as pessoas que a gente atende assim, decolando, sabe? e com as próprias pernas. [...].”
ENTREVISTADA 12 – TRECHO 10.

Assim como seus antepassados, [...] foram influenciados pelo confucionismo e sempre prezaram os valores da educação e da reciprocidade. Foi com isso em mente que buscaram maneiras de retribuir ao Brasil, país que os acolheu em 19[...] e que os permitiu formar uma família, construir empresas e prosperar. Das ações pontuais, ligadas à saúde, ao empreendedorismo e à cultura, concluíram que a maior contribuição que poderiam dar para a transformação do país era por meio do investimento na educação. Surgiu assim a [FUNDAÇÃO].

RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 1.

Os imigrantes do final do século XIX e início do século XX que conseguiram se estabelecer com êxito no sul do Brasil apresentavam um grande senso de gratidão e vontade de retribuir pelas oportunidades que tiveram, como forma de agradecer e demonstrar reconhecimento ao país que os acolheu. Foi entre os imigrantes que surgiu mais fortemente a motivação de retribuir. Algumas famílias relataram a sensação de retribuir por terem “vencido na vida”. Esses resultados da entrevista corroboram com os achados na literatura (Schervish, 2001; Hauser, 2004; Sheth & Babiak, 2010; Maclean *et al.* 2013; Hickman, 2015; Harvey *et al.* 2021; Schmitz, Mitchell & Mccollim, 2021).

Outro propósito apontado pelos entrevistados foi vontade de minimizar os problemas causados pela pandemia com combate à fome e apoio a saúde. A seguir, resumem-se principais trechos dos entrevistados, os quais estão apresentados a seguir:

“[...] nesse caso da pandemia tivemos 2 ações sociais importantes, a doação da Santa Casa nós doamos toneladas e de não tecidos para fabricação de máscaras no período pandêmico, realmente foram toneladas durante a pandemia, eu acho que se a gente fosse falar de filantropia assim olhando à [FUNDAÇÃO] e as empresas de propriedade da família mantenedora, foi muito expressivo essa questão de doação Tanto de máscaras quanto também de matéria-prima realmente foram toneladas. Ainda assim, de destaque, o que a gente poderia dizer que a gente manteve foi o centro cultural ativo no formato online e isso fez uma diferença tanto para a equipe quanto para artistas que realmente é a maioria estava sem renda, não só artistas mas toda equipe de apoio. Enfim, né, que o pessoal dessa indústria ficou totalmente parado então se readaptou, tudo para o formato online para manter esses postos de trabalho e o volume também de recursos na área de bolsas que não se reduziu. Então, há em termos assim, de estratégia número 1 é ver como nós poderíamos ajudar com que nós tínhamos em casa. A fábrica com a produção de não tecidos e, segundo lugar, manter todos os espaços de trabalho na parte de filantropia ativa de forma online [...]”.

ENTREVISTADA 2 – TRECHO 3.

“[...] Eu diria que durante a pandemia nós abrimos este engajamento para o combate à fome durante a pandemia, sem desfocar dos demais

projetos é que continuaram na área da educação [...]”. **ENTREVISTADO 3 - TRECHO 3.**

“[...] Eu sou de uma família que sempre se preocupou em ações de filantropia o meu pai foi um dos fundadores da empresa e ele já se preocupava lá nos anos 60. Agora se a gente está bem, está se sentindo confortável, alimentado, seguro, mas o pessoal que nos cerca não está e não tem como ficar feliz. É claro que a gente sabe que as pessoas têm que trabalhar para conquistar, mas às vezes elas não têm condições nem de se alimentar para ir trabalhar, uma coisa que eu, pessoalmente, ajudo muito em casas que recebem pessoas em situação de rua. Porque eu acho que quando ela chegou nesse ponto, elas não tem mais a dignidade e elas não tem mais amor próprio, de ficar numa sarjeta e dormindo e muitas vezes, por causa das drogas, isso aí é uma coisa que me incomoda, e eu quero sempre fazer cada vez mais. Eu estou sempre tentando ajudar nesse aspecto, porque é uma coisa que me incomoda, mas não é foco do nosso instituto. Então, através do instituto a gente atende criança, adolescente a educação para a vida, educação para segurança no trânsito, voluntariado que ajuda algumas ONGs e escolas parceiras a evitar certos gastos que elas teriam de manutenção. Palestras a gente leva também o nosso voluntariado [...]”. **ENTREVISTADA 12 – TRECHO 10.**

“[...] a gente tinha a alguns projetos de desenvolvimento comunitário e a gente alcançava não só valores, mas a gente fazia ajuda com materiais e uma construção de espaço físico para algumas comunidades e aí com a virada do ano de 2020 e a pandemia mudou todo o cenário. Durante a pandemia esses parceiros que a gente tinha começaram a nos pedir cestas básicas aí a gente foi em busca de parceiros também nesse lado e a gente chegou até a CUFA. A gente fez uma ação com a CUFA. Em que a gente comprava as cestas básicas em parceria e eles distribuíam nas periferias que eles atendem ou a gente passava o valor para os nossos parceiros comprar as cestas básicas [...]”. **ENTREVISTADO 4 - TRECHO 4.**

“[...] Fizeram um esforço para a pandemia. Foi feito, inclusive várias ações para hospitais, para terapias, a fim de desenvolver estudos pela vacina. Então, fizemos contribuições, valores significativos para a contribuição para resolver a pandemia [...]”. **ENTREVISTADO 5 - TRECHO 1.**

“[...] temos ações mais voltada para educação e com foco em crianças, no ensino fundamental e médio. Na pandemia houve uma espécie de flexibilização desse escopo de trabalho vai para uma coisa um pouco mais assistencial, então o objetivo do instituto quer deixar legado, criar situações em que se tem uma situação mais permanente do benefício criado, seja por educação, seja por preparar professores ou construir alguma estrutura que vai ficar por médio, longo prazo. Na pandemia, frente às dificuldades que as famílias a gente flexibilizou bastante e esse norte e acabou sendo um pouco mais assistencialista então foram muito,

eu estou sem o número, mas foi algo quantidade da grandeza de aproximadamente 2.000 bolsas de cestas básicas doadas. Foram vários aportes nas instituições que tinham dificuldades é com folha de pagamento com outras coisas, enfim, a gente teve um papel mais assistencialista [...]”. **ENTREVISTADO 10 – TRECHO 2.**

“[...] nos 2 anos da pandemia nós desviamos uma parte importante dos nossos recursos na atenuação da alimentação com distribuição de alimentos acho que foram dezenas de milhares de cestas básicas e que foram oportunamente recebidas e que também nos gratificam do ponto de vista de uma boa realização o esse programa que ocupou uma parte razoável dos nossos recursos e ter não ele não encerramos porque ainda em 2022 fizemos uma distribuição, mas apenas os primeiros meses e agora, estamos novamente focados nos nossos projetos de duração mais longa. É bom ressaltar Rodrigo, que no caso da [FUNDAÇÃO] Todo o investimento é com recursos privados e nós não captamos recursos externos pelo menos não até agora e não há no nosso projeto de prazo, num horizonte de prazo curto ou médio, não há esta ideia, mas isso nos dá muito prazer, porque dentro da é legislação Brasileira que não favorece as ações de filantropia visando exatamente retribuir para a sociedade uma parte daquilo que nós tivemos com a oportunidade que nos foram dados, especialmente em função da educação [...]”. **ENTREVISTADO 13 – TRECHO 4.**

Assim, ao mesmo tempo em que investimos em assistência social, com a doação de cestas básicas às comunidades mais necessitadas, também reforçamos o foco nos nossos principais projetos educacionais, especialmente naqueles que contribuem para a qualificação do ensino a distância. Entendemos que o aperfeiçoamento do formato online será fundamental para que os estudantes recuperem a defasagem causada pela pandemia. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 8;**

O ano de 2020 foi emblemático para todos os setores, em função da pandemia que assola o mundo. Especialmente as populações que já se encontravam em situação de vulnerabilidade, sentiram mais profundamente seus reflexos. O fortalecimento de parcerias entre os setores público, privado e organizações da sociedade civil, assumiram grande importância diante do entendimento de que era necessário gerar uma cultura de cooperação, para a melhoria das situações de vida destas pessoas. Ações e campanhas enriqueceram a implementação da política de assistência social em todo o país, e a [FUNDAÇÃO] não ficou fora dessa corrente do bem, mantendo-se atento às necessidades dos usuários de seus programas, assim como da comunidade. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2 - TRECHO 1.**

Os trechos da entrevista mostram que durante a pandemia houve um reforço por parte das famílias através de suas fundações para o combate à fome e auxiliaram também com o apoio aos serviços de saúde diante de um problema de dimensões globais causado pela pandemia, contra o qual não se sabia como reagir. Foi nesse

contexto que a sociedade se mostrou capaz de assumir um papel relevante no combate aos efeitos da pandemia.

4.3 O filantropocapitalismo sob a lente da Teoria da Legitimidade

Para entender o que levar as famílias a se legitimarem por meio do filantropocapitalismo foi feita uma análise das entrevistas com base nos fragmentos para identificar na Teoria da Legitimidade os quatro caminhos dos processos da legitimação que foram abordadas no capítulo 2.1. Um dos pilares que levam legitimidade é a legitimação quando há a necessidade de adaptar os processos, objetivos ou métodos de operação para se adequar ao novo ambiente. Como exemplo o entrevistado 3 no trecho 2 e entrevistado 4 no trecho 5 dessa ação pode-se mencionar que com o surgimento da pandemia global houve a necessidade readequar a destinação de recursos ampliando o foco para vulneráveis, combate a fome ou para a compra de equipamentos hospitalares.

“[...] tivemos envolvimento com a pandemia logo que surgiu em março, houve uma reunião no conselho deliberativo e foi decidido aumentar a verba de assistência social e então não houve uma mudança do rumo da [FUNDAÇÃO], mas também houve um aumento do escopo de atuação na área de assistência social, eminentemente na distribuição de cestas básicas [...]” **ENTREVISTADO 3 - TRECHO 2.**

“[...] principalmente em 2020, Eu diria que a gente alternou e alocamos fundos no nosso desenvolvimento comunitário, que é uma área que a gente que a gente divide a nossa atuação. Ela representava acho que uns 40% e ela passou a representar quase 80% do nosso do nosso gasto, digamos assim, anual da [FUNDAÇÃO].” **ENTREVISTADO 4 - TRECHO 5.**

Nesse contexto, nossa [FUNDAÇÃO] procurou redirecionar seus investimentos para o auxílio emergencial às comunidades mais vulneráveis em nossa área de atuação, mas sem abandonar nosso propósito prioritário de continuar contribuindo para a qualificação do ensino, para a formação de jovens e para o aprimoramento da gestão escolar. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 7.**

[..] uma nova frente de atuação, a saúde. Unindo-se à iniciativa da Associação Hospitalar Moinhos de Vento, apoiamos a implantação do Centro de Oncologia [...], referência internacional em prevenção, diagnóstico e tratamento do câncer. E, em 2019, estabelecemos parceria com a Santa Casa de Misericórdia, contribuindo para a construção de

um novo prédio para o complexo hospitalar em Porto Alegre.
RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 1.

Esses resultados dos trechos corroboram que as famílias buscaram a legitimidade com a mudança de e objetivos e processos como o que ocorreu durante a pandemia.

A legitimação por meio da comunicação é uma forma da família buscar legitimação, destaca-se a o trecho 4 da entrevistada 2 e no trecho 5 da entrevistada 6.

“[...] A nós temos a prática de apresentar o relatório anual de atividades, isso fica publicado no nosso site, então se tem mais estados, o que acontece aqui é existe o que é filantropia através do estilo e existe a filantropia das empresas e existe também a filantropia da pessoa física que vem através do Family Office. Hoje não se tem consolidado em uma única [...]”. **ENTREVISTADA 2 – TRECHO 4.**

“[...] A gente costuma fazer um relatório de atividades abrangente da [FUNDAÇÃO] com um capítulo da responsabilidade social, que essa parte a gente também acaba repassando para os parceiros da [FUNDAÇÃO]. Com o tempo, o número de entidades assistenciais que estão vinculadas a nós vai aumentando. Encaminhados para instituição, o número de ações que foram realizadas a cada ano com o volume de doações, iniciativas de trabalho voluntário, então tem alguns indicadores principais dos projetos executados [...]”. **ENTREVISTADA 6 - TRECHO 5.**

“[...] Temos isso, inclusive está no nosso relatório de atividades do ano. Hoje nós já contabilizamos ao longo desses mais de 20 anos, mais de 60.000 voluntários mobilizados. É e mais de 800.000 de pessoas beneficiadas. Então nós temos várias métricas no nosso relatório. Não vou lembrar de cabeça agora. Inclusive, todo todos os relatórios são auditados, no caso, por uma das big four. Então ali você vai ter todas as métricas que tiver interesse, inclusive no nosso site. Você pode resgatar os relatórios anteriores e em conseguir a evolução desses capitais [...]”. **ENTREVISTADO 8 - TRECHO 2.**

“[...] Sim, nós temos um relatório de atividades e tem sido feito a cada 3 meses e ele está, então nas nossas redes sociais em nosso site. Agora, quando você pergunta de resultados nós tivemos 2 fases. A fase antes, pandemia onde a gente tinha alguns treinamentos presenciais e era monitorado, digamos assim, pelas respostas dos professores e a motivação dos professores, motivação dos alunos, mas a gente ainda conseguia medir sistematicamente e outra fase durante a pandemia, nós entendemos que precisaria criar uma nova plataforma, uma nova forma, para que a gente pudesse, enfim, medir os resultados. Isso é, ainda

estamos trabalhando e nos próximos, nas próximas turmas, provavelmente no próximo ano. Aplicando a metodologia de avaliar os resultados desse programa [...].” ENTREVISTADO 9 TRECHO 8.

“[...] A questão do reconhecimento está é um negócio que ele faz por vocação. Ele não quer aplausos da sociedade para o que ele está fazendo. Ele talvez assim um dos pontos até para ser explorado mais é como é que ele virou um exemplo para os outros empreendedores, mas ele prefere ser mais discreto. Está nesse assunto. Então eu acho que assim existe alguma questão pessoal? Está fazendo algumas publicações e mídias sociais, não é? Tem a questão da biblioteca. Olha, tem uma série de ações que são feitas na rede social, mas eu acho que podia ser feito muito mais [...].” ENTREVISTADO 1 – TRECHO 5.

“[...] Este relatório contempla as ações que desenvolvemos no ano passado com os propósitos referidos. A eles e aos demais conselheiros, colaboradores e parceiros manifesto aqui minha profunda gratidão por contribuírem, com trabalho e dedicação, para que a [FUNDAÇÃO] continue sendo protagonista deste momento de retomadas[...].” RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 10.

“[...] A plataforma YouTube foi a principal ferramenta de divulgação dos conteúdos da programação do [...] em 2021, alcançando 6.923 seguidores, o que representou um crescimento de 139% em relação ao ano anterior. Os vídeos tiveram 103.986 visualizações, número que inclui vídeos públicos, privados e não listados, uma alta de 171% em comparação com 2020. Essas visualizações resultaram em mais de 30 mil horas de exibição, indicador que mede o tempo que os espectadores ficaram assistindo aos vídeos do canal. A abertura da Formação em Arte e Tecnologia, no dia 15/3, foi o evento mais visto do canal. Foram 6.647 visualizações da aula magna ministrada por [...], curador da 13ª Bienal de Arte do Mercosul[...].” RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 6.

A legitimação por meio por meio da comunicação, identificar-se com símbolos, valores ou instituições que tenham uma forte base de legitimidade social (Dowling & Pfeffer, 1975) por exemplo doação para a caridade e a Igreja. Essa familiaridade eles expressam em pequenos gestos, quase sempre simbólicos, para mostrar a sociedade que as famílias compartilham de valores populares, apesar de diferenças de status, como exemplo de símbolos sociais religiosos do *tzedakah* (caridade/dever) e valores sociais de como a compaixão.

“[...] Precedendo a [FUNDAÇÃO] que nós criamos, especificamente que se chama [FUNDAÇÃO], nós temos familiarmente uma cultura de filantropia e benemerência, que tem sido muito importante para nós ao longo das gerações. É, eu sou filho de imigrantes e meus pais, quando chegaram no Brasil. É, tiveram que se adequar a uma realidade, inclusive econômica, mas que não abriu mão. Da solidariedade e dos

valores comunitários. Entre os imigrantes com os quais eles compartilharam os seus espaços aqui no interior do Rio Grande do Sul. Então a herança dessa cultura foi essencial para mim e para os meus irmãos. E essa cultura tem ainda um outro elemento muito importante, que é a educação. Também foi um dos valores transferidos pelos meus pais. Logo, a família assim encaminhou, quando desejou continuar com o projeto de é visão comunitária, de filantropia, de e nos encaminhamos preponderantemente para o campo da educação, que nós achamos que é socialmente um dos mais significativos. Com isso? Dentro da atividade empresarial, com a qual eu estive ligado toda a minha vida de empresário. Nós tínhamos uma fundação que se chamou [FUNDAÇÃO] inicialmente e com a morte do meu irmão, nós demos o nome a ela de [FUNDAÇÃO]e que ela existe e age muito ativamente até hoje. Quando eu deixei a operação, quando eu deixei de estar no dia a dia da empresa, eu resolvi que uma das minhas atividades significativas deveria ser no campo da educação. E aí é. Organizamos é um instituto dentro da legislação e que se chama [FUNDAÇÃO]. É isto ao redor de uns 12 anos, mais ou menos foi o período em que eu realmente me afastei da operação e desde então, a [FUNDAÇÃO] vem cumprindo anual ter rigorosamente um projeto voltado preponderantemente educação, mas cobrindo também outros aspectos sociais, como relações comunitárias, entidades filantrópicas de variados tipos [...].” **ENTREVISTADO 13 – TRECHO 1.** “É, eu volto àquela minha informação inicial em que a benemerência é um valor familiar trazido como decorrência dos meus pais e avós imigrantes. Este conceito tem se sedimentado e aprofundado na família. É no conselho da [FUNDAÇÃO] participam meus filhos e minha mulher as 2 das minhas notas. Então, e esse é uma forma de darmos longevidade ao conceito e, sobretudo, a ação. É, não bastaria ser, é ter apenas a ideia de fazer importante é fazer [...].” **ENTREVISTADO 13 – TRECHO 5.**

A legitimação através do cooptação uma reputação estabelecida facilita a cooptação de atores institucionais, levando, em última instância, à legitimidade (Aldrich & Fiol, 1994). Nos trechos a seguir destaco a forma que as famílias buscam atrair pessoas com status legítimos perante a sociedade para incorporar no conselho e na gestão das fundações para legitimar as suas ações sociais.

“[...] nós temos uma estrutura de gestão supersimples, nós não temos conselho fiscal, nós temos um conselho consultivo para o centro cultural esse conselho consultivo, o critério de escolher seria envolvimento com a área cultural então, pessoas que costumam ser consumidores de cultura, o que trabalham diretamente em cultura em né em diversos segmentos da sociedade. Então é assim o nosso conselho deliberativo e mais 3 membros da família [...].” **ENTREVISTADA 2 - TRECHO 10.**

“[...] O conselho deliberativo, ele é eminentemente formado por pessoas próximas a esta família empresária. Sejam prestadores de serviços,

sejam executivos, sejam sócios, e que acabam orbitando em volta dessa estrutura, tem um amplo conhecimento da vocação do legado do patriarca da família e consideram na com isso o prazer em atuar através deste veículo e dessa instituição [...].” ENTREVISTADO 3 - TRECHO 7.

“A gente tem uma diretoria executiva que é estatutária, são 13 cargos, [...] Distrativo, vice-presidente financeiro e os 4 cargos de representação dos setores, comércio, indústria, serviços e tecnologia. Mas 6 cargos de conselho fiscal. E depois nós temos diretores que não são eletivos, são um. Ele é diretores convidados, para atender as áreas de atuação da entidade e, por exemplo, temos um diretor de responsabilidade social [...].” ENTREVISTADA 6 - TRECHO 7.

“[...] A [FUNDAÇÃO] é administrado pelo Conselho Deliberativo e pelo diretor-presidente [...], com a supervisão do Conselho Fiscal. [...], presidente emérito do [...] e ex-presidente da [...]. Membro da diretoria da [...], presidiu por duas vezes a [...]. Fundou a [FUNDAÇÃO] para orientar os investimentos sociais de seu núcleo familiar, seguindo a tradição e os valores éticos herdados de seus antepassados imigrantes e aperfeiçoados ao longo de sua vivência como [...], empreendedor e ativista de entidades associativas [...].” RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 5.

O diretor [...] recebeu no dia [...] a Medalha do [...], maior honraria atribuída pela Assembleia Legislativa do [...], por sua atuação empresarial e em projetos filantrópicos, com destaque para a [FUNDAÇÃO]. O proponente da homenagem foi o deputado estadual [...] (...), bolsista do programa Global [...] em [...]. RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 7

Os trechos das entrevistas corroboram o processo de legitimação na qual líderes ou pessoas de status legítimo como, por exemplo, ex-presidente de organismos internacionais, celebridades, artistas e atletas são levados para a diretoria ou conselho da fundação (Selznick, 1949; Dowling & Pfeffer, 1975; Wiepking & Handy, 2015; Ashforth & Gibbs, 1990; Nickel, 2012).

Cabe destacar que não cabe generalização de todas as famílias em busca a legitimidade perante a sociedade, muitas famílias realizam o filantropocapitalismo de forma altruísta e não realizam os processos de legitimação apontados anteriormente.

No próximo capítulo são apresentadas as considerações finais da pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo se propôs a descrever os propósitos, apontados pelos envolvidos na gestão de fundações, que legitimariam famílias, do Sul do Brasil, controladoras de grandes empresas, no desenvolvimento de suas ações filantrópicas, no contexto da pandemia global.

As famílias brasileiras possuem propósitos semelhantes para contribuir com o engajamento na sociedade e encontrar sustentação no conceito de filantropocapitalismo encontrado na literatura empírica (Schervish, O'Herlihy, Havens & Pamplin Jr., 2001; Lähdesmäki & Takala, 2012; Ricciuti & Turrini, 2018; Ge & Micelotta, 2019; Arco-Castro; Lopez-Pérez; Rodriguez-Gomez; Garde-Sánchez, 2020; Harvey, Gordon & Maclean, 2021; Glucksberg & Russell-Prywata, 2020; Gehringer, 2020; Finchum-Mason, Husted & Suárez, 2020; Bielawska, 2021). Para isso, utilizou-se a Teoria da Legitimidade como fundamento da pesquisa, que aborda o conceito de contrato social que é um acordo metafórico entre uma empresa familiar e a sociedade que descreve as responsabilidades e expectativas de ambas as partes (Shocker & Sethi, 1973; Dowling & Pfeffer, 1975; Lindblom, 1994; Toepler, 1999; Deegan, 2002). Nos próximos parágrafos serão apresentadas as conclusões feitas a partir dos principais achados de pesquisa.

A pandemia global da COVID-19 destacou o papel crítico da filantropia no enfrentamento dos desafios sociais e de saúde pública. O filantropocapitalismo desempenhou um papel significativo na resposta à pandemia, pois muitas fundações e famílias aumentaram suas doações filantrópicas para apoiar os cuidados de saúde, alívio econômico e assistência social. O filantropocapitalismo também foi usado para financiar e desenvolver soluções inovadoras para enfrentar os desafios da pandemia, como a pesquisa e desenvolvimento de vacinas, produção e distribuição de equipamentos de proteção individual (EPI), combate à fome e apoio a comunidades vulneráveis.

Essa abordagem permitiu que as fundações geridas por famílias de alta renda alocassem seus recursos financeiros privados e conhecimento na gestão empresarial para responder de forma rápida e eficaz à pandemia, ao mesmo tempo em que contribuía para o bem público mais amplo. No entanto, também há preocupações sobre o papel do filantropocapitalismo no enfrentamento da pandemia. Alguns críticos argumentam que a filantropia não deve substituir a responsabilidade do governo na

abordagem dos desafios sociais e de saúde pública e que pode levar a uma distribuição desigual e desigual de recursos. Outros argumentam que os esforços filantrópicos podem ser conduzidos por interesses individuais ou organizacionais, e não pelas necessidades da sociedade como um todo.

A relação entre o filantropocapitalismo das famílias e a pandemia é complexa e multifacetada. Embora a filantropia possa desempenhar um papel importante no enfrentamento dos desafios da pandemia, é importante garantir que ela seja usada de forma transparente, responsável e alinhada com o interesse público mais amplo. O propósito que levam as famílias ao se envolverem socialmente são muito semelhantes indicando um altruísmo individual da primeira geração que é a (1) vontade de retribuir e sentimento de gratidão; (2) vontade de minimizar os problemas causados pela pandemia.

A Teoria da Legitimidade, utilizada como lente de análise nesta pesquisa, sugere que as famílias por meio das fundações foram motivadas a se envolver em um comportamento socialmente responsável para manter sua legitimidade e reputação positiva entre a comunidade durante a pandemia. O filantropocapitalismo foi visto como uma estratégia para as famílias por meio das fundações aumentarem sua legitimidade, demonstrando seu compromisso com as questões sociais por meio de suas atividades filantrópicas. Ao usar soluções baseadas no mercado para lidar com problemas sociais causados pela pandemia, as fundações puderam alinhar suas metas sociais com as expectativas da sociedade, aumentando sua legitimidade percebida na sociedade mesmo antes e durante a pandemia.

O contrato social na Teoria da Legitimidade fornece uma estrutura para entender as expectativas e obrigações das empresas familiares em relação à sociedade e destaca a importância do comportamento ético e socialmente responsável na manutenção da legitimidade e reputação positiva da família e da empresa familiar. O contrato social que é base da Teoria da Legitimidade esteve presente na relação da sociedade com a empresa que a família controla, porém com o advento da pandemia houve uma pressão social também sobre as famílias a se mobilizarem para o enfrentamento da crise de forma individual ou por meio de suas fundações familiares.

O filantropocapitalismo também pode ser visto como uma resposta ao maior escrutínio da responsabilidade social das famílias e das práticas de sustentabilidade. Como as partes interessadas exigem maior transparência e responsabilidade das

fundações e das empresas familiares, o filantropocapitalismo pode fornecer uma maneira para as fundações demonstrarem seu impacto social e ambiental de maneira mensurável e quantificável. Ao vincular as atividades filantrópicas aos seus principais objetivos sociais, as fundações também podem melhorar sua reputação e legitimidade aos olhos da sociedade, ao mesmo tempo em que contribuem para o bem social e ambiental. Portanto, o filantropocapitalismo pode ser uma ferramenta útil para as fundações alinharem seus objetivos de sociais com as expectativas da sociedade e aumentarem sua legitimidade.

Este estudo permitiu uma análise do cenário sul brasileiro sobre os propósitos das famílias com o filantropocapitalismo sob a lente da Teoria da Legitimidade na perspectiva que as famílias possuem um altruísmo com relação ao engajamento social. Recomenda-se uma investigação de outras regiões do Brasil. Além disso, recomenda-se também analisar a área de governança em fundos patrimoniais para a educação o tema pouco explorado no Brasil.

REFERÊNCIAS

- Abebe, M., & Cha, W. (2018). The effect of firm strategic orientation on corporate philanthropic engagement. *Management Decision*, 56(3), 515-533.
- Adloff, F., & Degens, P. (2017). Muss nur noch kurz die Welt retten. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 30(4), 43-55.
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about CSR: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968.
- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. *Academy of management review*, 32(3), 836-863.
- Aldrich, H. E., & Fiol, C. M. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of management review*, 19(4), 645-670.
- Amarante, E. F. (2018). The perils of philanthrocapitalism. *Md. L. Rev.*, 78, 1.
- Anheier, H. K. (2001). Foundations in Europe: A comparative perspective (No. 18). Centre for civil society, *London school of economics and Political Science*.
- Anheier, H. K., & Leat, D. (2006). *Creative philanthropy: Toward a new philanthropy for the twenty-first century*. Routledge.
- Anheier, H. K., & Leat, D. (2013). Philanthropic foundations: What rationales?. *Social research: an international quarterly*, 80(2), 449-472.
- Anheier, H. K. (2018). Philanthropic foundations in cross-national perspective: A comparative approach. *American Behavioral Scientist*, 62(12), 1591-1602.
- Anheier, H. K., & Daly, S. (2004). Philanthropic foundations: a new global force?. *Global civil society*, 5(2004), 158.
- Arco-Castro, M.L.; Lopez-Pérez, M.V.; Rodriguez-Gomez, S.; Garde-Sánchez, R. Do. (2020) Stakeholders Modulate Philanthropic Strategy? Corporate Philanthropy as Stakeholders' Engagement. *Sustainability*, 12, 7242.
- Ashforth, B. E., & Gibbs, B. W. (1990) The double-edge of organizational legitimation. *Organization science*, 1(2), 177-194.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (1985) An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of management Journal*, 28(2), 446-463.
- Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo* (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trads.). Lisboa: Edições 70.

- Ball, S. J., & Olmedo, A. (2011) Global social capitalism: Using enterprise to solve the problems of the world. *Citizenship, Social and Economics Education*, 10(2-3), 83-90.
- Baltodano, M. P. (2017). The power brokers of neoliberalism: Philanthrocapitalists and public education. *Policy Futures in Education*, 15(2), 141-156.
- Bajde, D. (2013). Marketized philanthropy: Kiva's utopian ideology of entrepreneurial philanthropy. *Marketing Theory*, 13(1), 3-18.
- Bartkus, B. R., Morris, S. A., & Seifert, B. (2002) Governance and corporate philanthropy: restraining Robin Hood?. *Business & Society*, 41(3), 319-344.
- Bashir, M. F., Ma, B., & Shahzad, L. (2020) A brief review of socio-economic and environmental impact of Covid-19. *Air Quality, Atmosphere & Health*, 13(12), 1403-1409.
- Basu, K., & Palazzo, G. (2008), Corporate social responsibility: A process model of sensemaking. *Academy of management review*, 33(1), 122-136.
- Beuren, I. M., Gubiani, C. A., & Soares, M. (2013) Estratégias de legitimidade de Suchman evidenciadas nos relatórios da administração de empresas públicas do setor elétrico. *Revista de Administração Pública*, 47(4), 849-876.
- Bielawska, A. (2021) Social Involvement of Polish Family Businesses. *Sustainability*, 13(17), 9484.
- Birn, A. E. (2014). Philanthrocapitalism, past and present: The Rockefeller Foundation, the Gates Foundation, and the setting (s) of the international/global health agenda. *Hypothesis*, 12(1), e8.
- Bishop, M. (2006). The birth of philanthrocapitalism: The leading new philanthropists see themselves as social investors. *The Economist*, 56. Disponível em <<https://www.economist.com/node/5517656>> acessado em 20 de Maio de 2022.
- Bishop, M., & Green, M. (2010) Philanthrocapitalism: How giving can save the world. *Bloomsbury Publishing USA*.
- Bishop, M. (2013) Philanthrocapitalism: Solving public problems through private means. *Social Research: An International Quarterly*, 80(2), 473-490.
- Bishop, M., & Green, M. (2015) Philanthrocapitalism rising. *Society*, 52(6), 541-548.
- Bhatia A., Dhawan A. (2023), A paradigm shift in corporate social responsibility: India's transition from mandatory regime to the COVID-19 era. *Social Responsibility Journal*, 19 (1), pp. 166-183.

- Bloom, J. D. (2014) Civil society in hybrid governance: Non-governmental organization (NGO) legitimacy in mediating Wal-Mart's local produce supply chains in Honduras. *Sustainability*, 6(10), 7388-7411.
- Bond, P., Pheko, L. L., & Lenferna, A. (2023) Philanthrocapitalism Seen from South Africa Bill Gates' Charity Turns to Tyranny, Misfired Silver Bullets, and Climate Vandalism. In *The Routledge International Handbook of Critical Philanthropy and Humanitarianism* (pp. 94-121). Routledge.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006) Corporate social responsibility and resource-based perspectives. *Journal of business Ethics*, 69(2), 111-132.
- BRASIL. LEI Nº 8.742, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1993 *Dispõe sobre a organização da Assistência Social e dá outras providências*. Brasília DF, 7 de dezembro de 1993, DOU – Diário Oficial da União de 08 de 12 de 1993.
- Breeze, B. (2009). Natural philanthropists: Findings of the family business philanthropy and social responsibility inquiry. *Institute for Family Business* (UK).
- Borger, F. G. (2001). *Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial* (Doctoral dissertation, Universidade de São Paulo).
- Brown, N., & Deegan, C. (1998) The public disclosure of environmental performance information—a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and business research*, 29(1), 21-41.
- Brito, F. (2008). Transição demográfica e desigualdades sociais no Brasil. *Revista Brasileira de Estudos de População*, 25, 5-26.
- Bryant, W. K., Jeon-Slaughter, H., Kang, H., & Tax, A. (2003). Participation in philanthropic activities: Donating money and time. *Journal of Consumer Policy*, 26, 43-73.
- Canfield, M. (2022). The ideology of innovation: philanthropy and racial capitalism in global food governance. *The Journal of Peasant Studies*, 1-25.
- Callias, K. M., Grady, H., & Grosheva, K. (2017) Philanthropy's contributions to the Sustainable Development Goals in emerging countries: Lessons learnt and experiences from the SDG Philanthropy Platform. In *European Research Network on Philanthropy 8th International Conference*, Copenhagen, 2017, July.
- Callahan, D. (2017) *The givers: Wealth, power, and philanthropy in a new gilded age*. Vintage.

- Carnevale, J. B., & Hatak, I. (2020) Employee adjustment and well-being in the era of COVID-19: Implications for human resource management. *Journal of Business Research*, 116, 183-187.
- Carroll, A. B. (1987). In search of the moral manager. *Business Horizons*, 30(2), 7-15.
- _____ (1991) The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- _____ (1979) three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- _____ (2021) Corporate social responsibility (CSR) and the COVID-19 pandemic: Organizational and managerial implications. *Journal of Strategy and Management*.
- Carnegie, A. (1906). The gospel of wealth. *The North American Review*, 183(599), 526-537.
- CARNEGIE MEDAL OF PHILANTHROPY. Disponível em <<https://www.medalofphilanthropy.org/about/#overview>>. acesso em 12 de março de 2022.
- C Chen, J., Patten, D. M., & Roberts, R. W. (2008) Corporate charitable contributions: a corporate social performance or legitimacy strategy? *Journal of Business Ethics*, 82(1), 131-144.
- Ciconello, A. O conceito legal de público no chamado “terceiro setor”. In: SZAZI, E. Terceiro setor: temas polêmicos. São Paulo: Peirópolis, 2004. V. 1. Disponível em: <http://www.abong.org.br/novosite/download/conceito_legal.pdf>.
- Chrisman, J. J., & Carroll, A. B. (1984). SMR forum: corporate responsibility—reconciling economic and social goals. *Sloan Management Review*, 25(2), 59-65.
- Daly, S. Philanthropy, (2011) the Big Society, and emerging philanthropic relationships in the UK. *Public Management Review*, 13(8), 1077-1094.
- Deegan, C. (2002) Introduction: The legitimizing effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Deegan, C., & Rankin, M. (1996) Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority. *Accounting, auditing & accountability journal*.

- Delalande, N. (2011). L'entrée en philanthropie des Rothschild: l'hôpital israélite de Paris (1852-1914). *Archives juives*, 44(1), 54-69
- De Campos, S. A. P., Gallon, S., & Becker, R. G. (2021) Intersectoral partnerships in the recycling sector. *Social Responsibility Journal*.
- Donaldson, L. and Davis, J. H. (1991). 'Stewardship theory or agency theory: CEO governance and shareholder returns'. *Australian Journal of Management*, 16, 49–64
- Donaldson, T. and Preston, L. (1995). 'The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications'. *Academy of Management Review*, 20, 65–91
- Dos Reis, C. N. (2007). Corporate social responsibility: the brazilian context behind a conscious action or a market modernism?. *Revista de Economia Contemporânea* (Online), 11(2), 279.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975) Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific sociological review*, 18(1), 122-136.
- Drucker, P. F. (1984). Converting social problems into business opportunities: The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review* (pre-1986), 26(000002), 53.
- Eikenberry, A., & Mirabella, R. (2018) Extreme Philanthropy: Philanthrocapitalism, Effective Altruism, and the Discourse of Neoliberalism. *PS: Political Science & Politics*, 51(1), 43-47.
- Edwards, M., (2008) Just Another Emperor: The Myths and Realities of Philanthrocapitalism, Demos The Young Foundation. Retrieved from <https://policycommons.net/artifacts/1848866/just-another-emperor/2595210/> acesso em 03 de abril de 2022.
- Evans, C., Evans, G., & Quijada, MA (2023). Conselho de Warren Buffett... Bom para doações sem fins lucrativos?. *O Journal of Wealth Management*. DOI: <https://doi.org/10.3905/jwm.2023.1.193>
- Fejerskov, A. M. (2017) The new technopolitics of development and the global south as a laboratory of technological experimentation. *Science, Technology, & Human Values*, 42(5), 947-968.
- Finchum-Mason, E., Husted, K., & Suárez, D. (2020) Philanthropic foundation responses to COVID-19. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 49(6), 1129-1141.

- Florindo Borges, J., Miranda, R., & Machado Valadão Júnior, V. (2007) O discurso das fundações corporativas: caminhos de uma "nova" filantropia? *Revista de Administração de Empresas*, 47(4), 1-15.
- Freeman, R. E. (1984) "Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman. Latest edition Strategic Management: A Stakeholder Approach Source: Stakeholder Theory-Edward Freeman."
- Freeman, R. E., & Phillips, R. A. Stakeholder theory: A libertarian defense. *Business ethics quarterly*, 12(3), 331-349, 2002.
- Freeman, R. E. (1994) The politics of stakeholder theory: Some future directions. *Business ethics quarterly*, 409-421.
- Friedman, M. (1970) The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*.
- Fuentenebro, P., & Acuto, M. (2021) The gifted city: Setting a research agenda for philanthropy and urban governance. *Urban Studies*, 00420980211024158.
- Fernandez, K. M., & Hager, M. A. (2014). Public and private dimensions of grantmaking foundations. *Public Administration Quarterly*, 405-439.
- Garcia-Arias, J. (2019) Philanthrocapitalism: How to Legitimize the Hegemony of the Rich with a "Good Vibes" Discourse. Disponível em <https://developingeconomics.org/2019/07/01/philanthrocapitalism-how-to-legitimize-the-hegemony-of-the-rich-with-a-good-vibes-discourse/> acesso em 10 de março de 2022.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004) Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of business ethics*, 53(1), 51-71.
- Ge, J., & Micelotta, E. (2019) When does the family matter? Institutional pressures and corporate philanthropy in China. *Organization Studies*, 40(6), 833-857.
- Gehring, T. (2020) Corporate foundations as partnership brokers in supporting the United Nations' sustainable development goals (SDGs). *Sustainability*, 12(18), 7820.
- _____, T. (2021) Corporate foundations as hybrid organizations: A systematic review of literature. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 32(2), 257-275.

- GIFE, Ferreti, Michelle. F387c Censo GIFE (2018) / Michelle Ferreti, Marina Barros; organizadora Graziela Santiago. – São Paulo, SP: GIFE, 2019. Disponível em: https://congressogife.org.br/2020/wp/media/2021/01/CENSO-GIFE-2018_-1a-Reimpressao-1.pdf. acesso em 10 de março de 2022.
- _____. Censo GIFE 2020 [livro eletrônico] / Gabriela Brettas; coordenação Carolina Magosso [et al.]. -- 1. ed. -São Paulo: GIFE, 2021.PDF Outros coordenadores: Patricia Kunrath, Graziela Santiago, Mariana Pereira. Disponível em: <https://sinapse.gife.org.br/download/centso-gife-2020>. acesso em 10 de março de 2022.
- Gil, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2010.
- Glucksberg, L., & Russell-Prywata, L. (2020) Elites and inequality: A case study of plutocratic philanthropy in the UK (No. 9). *UNRISD Occasional Paper-Overcoming Inequalities in a Fractured World: Between Elite Power and Social Mobilization*.
- Godfrey, J. (2016). Engaging HNWI Indians. *Journal of Development Policy and Practice*, 1(1), 89-113.
- Goldberg, S. H. (2009) Billions of drops in millions of buckets: Why philanthropy doesn't advance social progress. *John Wiley & Sons*.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995) Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Guilbaud, A. (2018) Generous corporations? A Maussian analysis of international drug donations. *Journal of International Political Theory*, 14(2), 203-222.
- Gunningham, N., Kagan, R. A., & Thornton, D. (2004). Social license and environmental protection: why businesses go beyond compliance. *Law & Social Inquiry*, 29(2), 307-341.
- Hagan, C. (2021). *Global Family Office Investing: Exploring the Practices of Single- and Multi-Family Offices*. Springer Nature.
- Harvey, C., Gordon, J., & Maclean, M. (2021) The ethics of entrepreneurial philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 171(1), 33-49.
- Hauser, B. R. (2004). Charitable giving: noblesse oblige, "the gospel of wealth," and other shibboleths. *The Journal of Wealth Management*, 7(2), 23-29.

- Havens, J. J., & Schervish, P. G. (2014) A golden age of philanthropy still beckons: National wealth transfer and potential for philanthropy technical report. *Boston College Center on Wealth and Philanthropy*.
- Haydon, S., Jung, T., & Russell, S. (2021) 'You've Been Framed': A critical review of academic discourse on philanthrocapitalism. *International Journal of Management Reviews*, 23(3), 353-375.
- Heydemann, S., & Toepler, S. (2006) Foundations and the challenge of legitimacy in comparative perspective. *The legitimacy of philanthropic foundations: United States and European perspectives*, 3-26.
- Hickman, K., Shrader, M., Xu, D., & Lawson, D. (2015) The Forbes 400 and the Gates-Buffett giving pledge. *ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives*, 4(1), 82-101.
- Holmes, G. (2012). Biodiversity for billionaires: capitalism, conservation and the role of philanthropy in saving/selling nature. *Development and change*, 43(1), 185-203.
- Hybels, R. C. (1995) On legitimacy, legitimation, and organizations: A critical review and integrative theoretical model. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 1995, No. 1, pp. 241-245). Briarcliff Manor, NY 10510: *Academy of Management*.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. 2016 As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil: Rio de Janeiro: IBGE, 2019. (Estudos e Pesquisas: Informação Econômica, n. 32). Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101647.pdf>> acesso em 10 de março de 2022.
- IDIS 2021 - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social - Pesquisa doação Brasil 2020; coordenação Andréa Wolffenbüttel. - São Paulo, 2021. Disponível em <https://www.idis.org.br/wp-content/uploads/2021/08/Pesquisa_Doacao_Brasil_2020.pdf> acesso em 10 de março de 2022.
- ____ 2022 - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social - ARQUIVO DA TAG: FORUM BRASILEIRO DE FILANTROPOS E INVESTIDORES SOCIAIS. Publicado em 18 de janeiro de 2022 por agoncalves. Disponível em <<https://www.idis.org.br/tag/forum-brasileiro-de-filantropos-e-investidores-sociais/>> acesso em 10 de março de 2022.
- ____ 2022 - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social - Pesquisa doação Brasil 2020; coordenação Andréa Wolffenbüttel. - São Paulo, 2021. Disponível

em Anuário de Desempenho de Fundos Patrimoniais 2021 | IDISIDIS acesso em 10 de março de 2022.

- Innocenti, R. M., Vicente, E. F. R., & Gasparetto, V. (2020). Evidenciação Voluntária de Boas Práticas de Governança Corporativa em Fundações Privadas, à Luz do IBGC. *Revista Metropolitana de Governança Corporativa (ISSN 2447-8024)*, 5(1), 104-104.
- Irigaray, H. A. R., Vergara, S. C., & Araujo, R. G. (2017). Responsabilidade Social Corporativa: o que revelam os relatórios sociais das empresas. *Organizações & Sociedade*, 24, 73-88.
- Jancso Fabiani, P. (2022). The 2022 Global Philanthropy Environment Index Brazil.
- Jacques, P. J. (2015). Civil society, corporate power, and food security: counter-revolutionary efforts that limit social change. *Journal of Environmental Studies and Sciences*, 5(3), 432-444.
- Kumar, A., & Brooks, S. (2021) Bridges, platforms and satellites: Theorizing the power of global philanthropy in international development. *Economy and Society*, 50(2), 322-345.
- Lantos, Geoffrey P. (2002) "The ethicality of altruistic corporate social responsibility." *Journal of consumer marketing* 19.3: 205-232.
- Lasby, D. (2019). The state of evaluation: Measurement and evaluation practices in Canada's charitable sector. Imagine Canada.
- Lähdesmäki, M., & Takala, T. (2012) Altruism in business—an empirical study of philanthropy in the small business context. *Social Responsibility Journal*.
- Leat, D. (2016) *Philanthropic foundations, public good and public policy*. Springer.
- LEI No 9.790, DE 23 DE MARÇO DE 1999. Dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, institui e disciplina o Termo de Parceria, e dá outras providências.
- LEI Nº 10.406, DE 10 DE JANEIRO DE 2002. Institui o Código Civil.

LEI Nº 13.019, DE 31 DE JULHO DE 2014. Estabelece o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, em regime de mútua cooperação, para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco, mediante a execução de atividades ou de projetos previamente estabelecidos em planos de trabalho inseridos em termos de colaboração, em termos de fomento ou em acordos de cooperação; define diretrizes para a política de fomento, de colaboração e de cooperação com organizações da sociedade civil; e altera as Leis nºs 8.429, de 2 de junho de 1992, e 9.790, de 23 de março de 1999. (Redação dada pela Lei nº 13.204, de 2015)

Leichsenring, A. R., Souza, A. G. D., Salla, A. L. M., Hirata, A. J., Pannunzio, E., Oliveira, L. D., & Trezza, V. M. (2020). Highlights: economic sustainability of civil society organizations.

Letts, C., Kelly, C., & Johnson, P. D. (2015). Da Prosperidade ao Propósito: Perspectivas sobre a Filantropia e Investimento Social Privado na América Latina. *Hauser Institute for Civil Society, Harvard Kennedy School, UBS Philanthropy Advisory*, 2015. Disponível em: <<https://policycommons.net/artifacts/1847491/da-prosperidade-ao-proposito/2593683/> on 10 Mar 2023. CID: 20.500.12592/hr0kvp.>. Acesso em: 17 janeiro. 2023.

Lim, T. (2010). Measuring the value of corporate philanthropy: Social impact, business benefits and investor returns. *Business Benefits and Investor Returns* (February 22, 2010).

Lindorff, M., & Peck, J. (2010) Exploring Australian financial leaders' views of corporate social responsibility. *Journal of Management & Organization*, 16(1), 48-65.

Li, W., Au, K. Y. F., He, A., & Song, L. (2015) Why do family-controlled firms donate to charity? The role of intrafamily succession intention, social status, and religiosity. *Management and Organization Review*, 11(4), 621-644.

Lindblom, C. K. (1994) The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. *In Critical Perspectives on Accounting Conference*, New York.

Loots, E., Howell, R., & Brouwer, F. (2021). The Corona Rollercoaster: Working in Culture Through Crisis.

- Lucca-Silveira, M. P., Rodrigues, P., Jerabek, M., Kalvon Woods, M., & Vergueiro, J. P. (2021). Brazilian Foundations and the Responses to COVID-19. *The Foundation Review*, 13(3), 9.
- Lynch, C., & Schwarz, T. B. (2016) Humanitarianism's proselytism problem. *International Studies Quarterly*, 60(4), 636-646.
- L'etang, J. (1995) Ethical corporate social responsibility: A framework for managers. *Journal of Business Ethics*, 14(2), 125-132.
- Jenkins, G. W. (2010) Who's afraid of philanthrocapitalism. *Case Western Reserve Law Review*, 61, 753.
- Jensen, M. C. (2002) Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business ethics quarterly*, 235-256.
- Jones, T. M. (1980) Corporate social responsibility revisited, redefined. *California management review*, 22(3), 59-67.
- _____, T. M. (1995) Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *Academy of management review*, 20(2), 404-437.
- Mahl, D. R., & Frey, M. R. (2019) Análise Da Contribuição Das Empresas Mais Sustentáveis Do Mundo Segundo o Ranking 'The Global 100' para O Alcance Dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSS). *Anais do Salão de Ensino e de Extensão*, 136.
- Macleon, M., Harvey, C., Yang, R., & Mueller, F. (2021) Elite philanthropy in the United States and United Kingdom in the new age of inequalities. *International Journal of Management Reviews*, 23(3), 330-352.
- Mcgoey, L. (2012) Philanthrocapitalism and its critics. *Poetics*, 40(2), 185-199.
- _____, L. (2014) The philanthropic state: market-state hybrids in the philanthrocapitalist turn. *Third World Quarterly*, 35(1), 109-125.
- Mcgoey, L. (2015) No such thing as a free gift: The Gates Foundation and the price of philanthropy. Verso Books.
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of management studies*, 43(1), 1-18.
- Mañas, A. V., & de Medeiros, E. E. (2012). Terceiro setor: um estudo sobre a sua importância no processo de desenvolvimento sócio-econômico. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 2(2), 15-29.
- Manuel, T., & Herron, T. L. (2020) An ethical perspective of business CSR and the COVID-19 pandemic. *Society and Business Review*.

- Matten, D., & Moon, J. (2008). "Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of management Review*, 33(2), 404-424.
- Mediavilla, J., & Garcia-Arias, J. (2019) Philanthrocapitalism as a neoliberal (development agenda) artefact: Philanthropic discourse and hegemony in (financing for) international development. *Globalizations*, 16(6), 857-875.
- Mitchell, K., & Sparke, M. (2016) The new Washington consensus: Millennial philanthropy and the making of global market subjects. *Antipode*, 48(3), 724-749.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of management review*, 22(4), 853-886.
- Moraes, Rodrigo Fracalossi De, (2020), Prevenindo conflitos sociais violentos em tempos de pandemia: garantia da renda, manutenção da saúde mental e comunicação efetiva. *Boletim de Análise Político-Institucional* | n. 22 | Abr. 2020.
- Morvaridi, B. (2016) Does sub-Saharan Africa need capitalist philanthropy to reduce poverty and achieve food security? *Review of African Political Economy*, 43(147), 151-159.
- Musinguzi, G., & Asamoah, B. O. (2020) The science of social distancing and total lock down: does it work? Whom does it benefit? *Electronic Journal of General Medicine*, 17(6).
- Narver, J. C. (1971). Rational management responses to external effects. *Academy of Management Journal*, 14(1), 99-115.
- Nasi, J., Nasi, S., Phillips, N., & Zyglidopoulos, S. (1997) The evolution of corporate social responsiveness: An exploratory study of Finnish and Canadian forestry companies. *Business & Society*, 36(3), 296-321.
- Nelson, R. L. (1970) Economic factors in the growth of corporate giving. *Russell Sage Foundation*.
- Nickel, P. M. (2012) Philanthromentality: Celebrity parables as technologies of transfer. *Celebrity Studies*, 3(2), 164-182.
- Nickel, P. M., & Eikenberry, A. M. (2010). Philanthropy in an era of global governance. In *Third sector research* (pp. 269-279). Springer, New York, NY.
- O'dwyer, (2002) B. Managerial perceptions of corporate social disclosure: An Irish story. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.

- OECD 2021, Private Philanthropy for Development – Second Edition Data for Action, The Development Dimension, OECD Publishing, Paris. Disponível em <https://doi.org/10.1787/cdf37f1e-en>, acesso em 17 Jan 2023.
- OECD 2019 "The role of philanthropy in financing for development." OECD website. Paris: OECD. Disponível em <<https://www.oecd.org/dac/financing-sustainable-development/developmentfinance-standards/beyond-oda-foundations.htm>> acesso em 10 de março de 2022.
- OECD 2018, Private Philanthropy for Development, The Development Dimension, OECD Publishing, Paris. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1787/9789264085190-en> acesso em 23 Mar 2022.
- ONU 2021. Global Sustainable Development Report. Disponível em <https://www.undp.org/sustainable-development-goals?utm_source=EN&utm_medium=GSR&utm_content=US_UNDP_PaidSearch_Brand_English&utm_campaign=CENTRAL&c_src=CENTRAL&c_src2=GSR&gclid=Cj0KCQiAtJeNBhCVARIsANJUJ2E8olqUMxhAM6gFj4j7UQCcxnueNc64gbqo1MBqUZ6G9fOO9by-VNIaAhLCEALw_wcB> acesso em 10 de março de 2022.
- ONU 2016. United Nations. The Sustainable Development Goals Report; *United Nations Publ.*: New York, NY, USA, 2016.
- ONU 2015, 70/1. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015.
- Palley, T. I. (2018) Re-theorizing the welfare state and the political economy of neoliberalism's war against it (No. 16). *FMM Working Paper*.
- Patten, D. M. (2002) Media exposure, public policy pressure, and environmental disclosure: An examination of the impact of tri data availability. In *Accounting Forum* (Vol. 26, No. 2, pp. 152-171). Taylor & Francis.
- Phillips, S. D. (2018). Dancing with giraffes: Why philanthropy matters for public management. *Canadian Public Administration*, 61(2), 151-183.
- Porter, M.E.; Kramer, M. R. (2011) Creating shared value. *Harvard Business Review*, 5–18. Disponível em <<https://www.communitylivingbc.ca/wp-content/uploads/2018/05/Creating-Shared-Value.pdf>> acesso em 10 de março de 2022.

- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006) The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, 84(12), 78-92.
- Poruthiyil, P. V. (2020) Semantic dilution of inequality: a smoke-screen for philanthrocapitalism. *Critical Discourse Studies*, 17(3), 308-326.
- Raichel, N., & Tadmor-Shimony, T. (2014). Jewish Philanthropy, Zionist Culture, and the Civilizing Mission of Hebrew Education. *Modern Judaism*, 34(1), 60-85.
- Revista Amanhã. 500 maiores do Sul. 2021. Disponível em: <https://amanha.com.br/500maiores/>. acesso em 10 de maio de 2022.
- Rey-Garcia, M., & Puig-Raposo, N. (2013). Globalisation and the organisation of family philanthropy: A case of isomorphism?. *Business History*, 55(6), 1019-1046.
- Rivo-López, E., Villanueva-Villar, M., Michinel-Álvarez, M., & Reyes-Santías, F. (2021) Corporate social responsibility and family business in the time of COVID-19: changing strategy? *Sustainability*, 13(4), 2041.
- Ricciuti, E., & Turrini, A. (2018) Foundations in Italy: What roles and challenges? *American Behavioral Scientist*, 62(13), 1822-1832.
- Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic management journal*, 23(12), 1077-1093.
- Roberts, J., Grady, H., & Teacher, S. (2017) *The Theory of the Foundation European Initiative*.
- Rowe, E. E. (2022). Philanthrocapitalism and the State: Mapping the Rise of Venture Philanthropy in Public Education in Australia. *ECNU Review of Education*, 20965311221128840.
- Rothschild, M. (1999). Philanthropy and American higher education. *Philanthropy and the nonprofit sector in a changing America*, 413-427.
- Sanchez, Erika (2021), Emergency Covid-19 Project general coordination: Erika Sanchez Saez, GIFE – Grupo de Institutos Fundações e Empresas, DOI: 10.33816/978-65-86701-14-2 Fundações e Empresas, DOI: 10.33816/978-65-86701-14-2.
- Seifert, B., Morris, S. A., & Bartkus, B. R. (2003) Comparing big givers and small givers: Financial correlates of corporate philanthropy. *Journal of business ethics*, 45(3), 195-211.

- Seifert, B., Morris, S. A., & Bartkus, B. R. (2004). Having, giving, and getting: Slack resources, corporate philanthropy, and firm financial performance. *Business & society*, 43(2), 135-161.
- Seibert, Krystian. (2017) Cultivating Legitimacy in Philanthropy. *Stanford Social Innovation Review*.
- Selznick, Philip. (1949) TVA and the Grass Roots; A Study in the Sociology of Formal Organization. *American Political Science Review*, 43(5), 1031-1033.
- Schervish, P. G., Davis, S. A., Cosnotti, R. L., & Rosplock, K. S. (2016) Solving the Giving Pledge Bottleneck. *The Journal of Wealth Management*, 19(1), 23-26.
- Schervish, P. G., O'herlihy, M. A., Havens, J. J., & Pamplin Jr, R. B. (2001) Agent-activated wealth and philanthropy: The dynamics of accumulation and allocation among high-tech donors (pp. 99-100). Boston: *Association of Fundraising Professionals*.
- Schervish, P. G., & Havens, J. J. (2001) The mind of the millionaire: Findings from a national survey on wealth with responsibility. *New Directions for Philanthropic Fundraising*, 2001(32), 75-108.
- Schiopoiu Burlea, A., Popa, I. (2013). Legitimacy Theory. In: Idowu, S.O., Capaldi, N., Zu, L., Gupta, A.D. (eds) *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*. Springer, Berlin, Heidelberg. Disponível em https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_471 acesso em 10 de março de 2022.
- Schmitz, H. P., Mitchell, G. E., & Mccollim, E. M. (2021) How billionaires explain their philanthropy: A mixed-method analysis of the giving pledge letters. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 32(2), 512-523.
- Shocker, A. D., & Sethi, S. P. (1973) An approach to incorporating societal preferences in developing corporate action strategies. *California management review*, 15(4), 97-105.
- Shayan, N. Fallah, Mohabbati-Kalejahi, N., Alavi, S., & Zahed, M. A. (2022) Sustainable Development Goals (SDGs) as a Framework for Corporate Social Responsibility (CSR). *Sustainability*, 14(3), 1222.
- Soto, R. C., Salazar, A. L., & Mateo, C. L. (2012). El altruismo de la empresa familiar y la posible cultura de la Responsabilidad Social de las Empresas. *Administración y Organizaciones*, 15(29), 101-119.

- Souza Leão De, L., & Eyal, G. (2019) The rise of randomized controlled trials (RCTs) in international development in historical perspective. *Theory and Society*, 48(3), 383-418.
- Sklair Correa, J. (2017). *Philanthropy in Brazil and the UK: Wealth, responsibility and the pursuit of social change by economic elites* (Doctoral dissertation, Goldsmiths, University of London).
- Sklair, J., & Gilbert, P. (2022). Giving as “De-Risking”: Philanthropy, Impact Investment and the Pandemic Response. *Public Anthropologist*, 4(1), 51-77.
- Sklair, J., & Glucksberg, L. (2021). Philanthrocapitalism as wealth management strategy: Philanthropy, inheritance and succession planning among the global elite. *The Sociological Review*, 69(2), 314-329.
- Sheth, H., & Babiak, K. M. (2010). Beyond the game: Perceptions and practices of corporate social responsibility in the professional sport industry. *Journal of Business Ethics*, 91, 433-450.
- Silva, C. E. G. (2010). Gestão, legislação e fontes de recursos no terceiro setor brasileiro: uma perspectiva histórica. *Revista de administração pública*, 44, 1301-1325.
- Suchman, M. C. (1995) Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610.
- Taborda, D., & Da Costa, J. F. (2014) Institucionalização da filantropia pela legitimação. *Race: Revista De Administração, Contabilidade E Economia*, 13(2), 767-769.
- Tilling, M. V., & Tilt, C. A. (2010) The edge of legitimacy: Voluntary social and environmental reporting in Rothmans' 1956-1999 annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Toepler, S. (1999). On the problem of defining foundations in a comparative perspective. *Nonprofit Management and Leadership*, 10(2), 215-225.
- The Giving Pledge. (2022). History of the pledge. Disponível em <https://givingpledge.org/About.aspx> acesso em 10 de março de 2022.
- _____. (2015). The Giving Pledge Letters, Disponível em: <https://givingpledge.org/pledger?pledgerId=213> acesso em 10 de março de 2022.
- Thorup, M. (2013). Pro Bono? On philanthrocapitalism as ideological answer to inequality. *Ephemera*, 13(3), 555.

- Thümler, E. (2016). Financialization of philanthropy: the case of social investment. In *The Routledge companion to philanthropy* (pp. 362-374). Routledge.
- Uba, C.D., Hasan, M.N., Mshelia, J.B. (2023). Social responsibility in micro businesses in an African context: Towards a theoretical understanding. *Business Ethics, Environment and Responsibility* for 32(1), pp. 164-178.
- Unchanam, P. (2022). Capital, Charity and the Crown: Philanthrocapitalism and Monarchy in Thailand. *Asian Studies Review*, 1-19.
- UNCTAD (2014). World Investment Report (2014). Investing in the SDGs: An Action Plan; *United Nations*: Geneva, Switzerland, Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2014_en.pdf. acesso em 10 de março de 2022.
- Van Zanten, J. A., & Van Tulder, R. (2018). Multinational enterprises and the Sustainable Development Goals: An institutional approach to corporate engagement. *Journal of International Business Policy*, 1(3), 208-233.
- Wale, J., & Rowlands, S. (2022). When worlds collide: Non-state actors, philanthropy and the commercial promotion of fertility control options in developing countries. *Journal of Philanthropy and Marketing*, e1737.
- Wiepking, P., & Handy, F. (Eds.). (2015). The Palgrave handbook of global philanthropy. London: *Palgrave Macmillan*.
- Wood, D. J. (1991) Corporate social performance revisited. *Academy of management review*, 16(4), 691-718.
- Wright, K. (2001). Generosity vs. altruism: Philanthropy and charity in the United States and United Kingdom. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 12, 399-416.
- White, J. (2011). Rothschild buildings: life in an east-end tenement block 1887-1920. *Random House*.
- Wilson, J. (2016). The village that turned to gold: A parable of philanthrocapitalism. *Development and Change*, 47(1), 3-28.
- Walker, J., & Sarkodie, G. (2019). Adult education as corporate social responsibility in Canadian mining companies: performing the good citizen for greater self-regulation. *Compare: A Journal of Comparative and International Education*, 49(2), 298-317.
- Youde, J. (2019). The role of philanthropy in international relations. *Review of International Studies*, 45(1), 39-56.

- Yu, H. (2017). Philanthropy on the move: Mobile communication and neoliberal citizenship in China. *Communication and the Public*, 2(1), 35-49.
- Zhang, J., Yang, B., Wang, F., & Wang, P. (2012) Corporate philanthropic giving: Active responsibility or passive ingratiation? Evidence from Chinese family-controlled listed companies. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 28(3), 427-440.

APÊNDICE A – CONVITE

Assunto: UNISINOS - Convite para participar da Pesquisa sobre Filantropia durante a Pandemia.

Prezado (a) Senhor (a), espero encontrá-lo (la) bem,

Sou Rodrigo Machado Rossetto, pesquisador da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), e estou entrando em contato para convidá-lo (la) a participar de uma pesquisa sobre a Filantropia praticada por proprietários, gestores e conselheiros de empresas familiares durante a pandemia. A pesquisa está sendo desenvolvida no Programa de Pós-Graduação de Mestrado Acadêmico da UNISINOS por mim, sob a orientação da Professora Doutora Clea Beatriz Macagnan.

Convido o (a) Senhor (a) a responder este Email com a escolha ou não da sua participação nesta pesquisa, indicando caso positivo, o dia e horário que eu possa enviar o link da entrevista. Caso queira enviar somente um relatório de atividades ou indicar alguma pessoa que possa participar desta pesquisa será de grande contribuição.

O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS sob o número 63964922.7.0000.5344 em 19/10/2022. A pesquisa atende as diretrizes legais de consentimento, sigilo, anonimato, benefícios e propriedade intelectual conforme o TCLE em anexo. A entrevista será no formato de videoconferência on-line, através do software Microsoft Teams.

Obrigado pela sua atenção e estou à disposição em caso de dúvidas.

Rodrigo M Rossetto

Pesquisador em Governança e Filantropia Familiar
Mestrando – Bolsista CAPES
Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis
(RA: 1850000)
Telefone: +55 51 9 97370000
Email RROSSETTO@edu.unisinos.br

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Título da Pesquisa **FILANTROPIA DE FAMÍLIAS CONTROLADORAS DE GRANDES EMPRESAS DO SUL DO BRASIL EM TEMPO DE PANDEMIA.**

Pesquisador Responsável: **RODRIGO MACHADO ROSSETTO**

Comitê de Ética e Pesquisa - UNISINOS Sob o número CAAE: 63964922.7.0000.5344

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO– (TCLE) ON-LINE

O (A) Senhor (a) está sendo convidado (a) a participar da pesquisa que está sendo desenvolvida no Programa de Pós-Graduação de Mestrado Acadêmico em Ciências Contábeis (PPGCC) linha de Finanças da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) por mim, pesquisador Rodrigo Machado Rossetto, sob a orientação da Professora Doutora Clea Beatriz Macagnan. O objetivo desta pesquisa é descrever os propósitos, apontados pelos envolvidos na gestão de fundações, que legitimariam famílias, do sul do Brasil, controladoras de grandes empresas, no desenvolvimento de suas ações filantrópicas, no contexto da pandemia global. Essa pesquisa se justifica, principalmente: 1) pela relevância das ações de filantropia para a sociedade, principalmente durante a pandemia; 2) poucos estudos no Brasil relacionados ao assunto; 3) utilização dos resultados para embasar decisões de filantropia das famílias.

Neste TCLE ON-LINE apresento as condições que serão seguidas durante a entrevista, a tratativa das evidências obtidos na entrevista, além de formalizar o seu aceite em participar da entrevista.

A entrevista será no formato de videoconferência on-line, através do software *Microsoft Teams*. A duração será de aproximadamente 45 minutos e será gravada. A data e horário serão agendados previamente por telefone ou e-mail e conforme disponibilidade do (a) Senhor (a).

Durante a execução da entrevista poderão ocorrer situação não previstas, entre as quais menciono: 1) tempo insuficiente para responder toda a pesquisa; 2) indisponibilidade do software *Microsoft Teams*; 3) interrupção momentânea da internet; 4) desconforto em responder a questões que o entrevistado considere sensíveis. Para minimizar os riscos caso o tempo da entrevista for insuficiente para responder toda a pesquisa o pesquisador e o entrevistado poderão definir se estendem o tempo da entrevista ou agendam um horário complementar. Em relação a indisponibilidade de internet ou software no momento da entrevista será reagendado um novo horário para a entrevista e caso o entrevistado não se sinta confortável em responder algum dos questionamentos, este deve comunicar o pesquisador no momento do questionamento.

A confidencialidade da sua entrevista individual será mantida em qualquer publicação acadêmica relacionada a esta pesquisa, e neste caso somente transcrições anônimas serão usadas, e nunca qualquer imagem ou áudio seu poderá ser reproduzido para outrem fora do procedimento confidencialidade será mantida no limite da possibilidade da tecnologia e das práticas utilizadas pela universidade que hospeda nossos arquivos eletrônicos.

Para a realização da entrevista o (a) Senhor (a) precisa formalizar a sua concordância em participar da entrevista, para isso lhe enviarei previamente por e-mail esse TCLE que deverá ser respondido como “ACEITO PARTICIPAR” no final deste termo. O TCLE deve ser assinado e preenchido de forma digital e ser enviado para o e-mail do pesquisador antes da realização da entrevista. A participação para essa pesquisa não é obrigatória e caso o (a) Senhor (a) opte por não participar, deverá preencher “NÃO ACEITO PARTICIPAR”, assinar, inserir a data e enviar para o meu e-mail.

Caso o(a) Sr.(a) tenha dúvidas adicionais, poderá entrar em contato com o pesquisador responsável pelo e-mail rossetto@edu.unisinos.br e telefone +55 51 9 9737-2891.

Desde já, agradeço a sua colaboração e participação nesta pesquisa. Logo que a dissertação for publicada enviarei uma cópia para o seu e-mail de contato.

Convido o Senhor (a) a selecionar o botão abaixo da sua escolha da sua participação nesta pesquisa.

ACEITO PARTICIPAR

NÃO ACEITO PARTICIPAR

Data: ____ / ____ / ____

_____ Nome do participante ou responsável Email	Rodrigo Machado Rossetto Pesquisador Email: rossetto@edu.unisinos.br Telefone: 5199737[...]
---	---

APÊNDICE C – ROTEIRO DA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

ETAPA I - ROTEIRO PARA FILANTROPOS, CONSELHEIROS E GESTORES

NOME DO ENTREVISTADO: _____

FUNÇÃO DO ENTREVISTADO: _____

ORGANIZAÇÃO: _____

DATA DA ENTREVISTA: _____

HORÁRIO DE INÍCIO DA ENTREVISTA: _____

ENCERRAMENTO DA ENTREVISTA: _____

MEIO DA ENTREVISTA: () Presencial () Telefone () MS Teams () Email

I. Apresentação da entrevista

- Explicar o motivo da entrevista e a temática estudada;

Descrever os propósitos, apontados pelos envolvidos na gestão de fundações, que legitimariam famílias, do sul do Brasil, controladoras de grandes empresas, no desenvolvimento de suas ações filantrópicas, no contexto da pandemia global.

- Explicar as entregas: de maneira clara explicar o que será feito com as entrevistas;

Na etapa de coleta de dados as entrevistas estão sendo realizadas no novembro e dezembro de 2022 com filantropos, conselheiros e gestores. No mês de Janeiro de 2023 será realizada a análise das evidências e elaboração conclusão da dissertação.

- Estabelecer confidencialidade;

As evidências coletadas da entrevista serão utilizadas apenas para fins acadêmicos sem mencionar o nome ou instituição que o entrevistado (a) participa ou a família que possui relacionamento.

Os dados serão armazenados em servidores da Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

- Declarar os direitos do entrevistado;

1) Interromper e/ou desistir a qualquer momento da entrevista sem justificar o motivo;

2) Perguntas sensíveis, sigilosas ou constrangedoras o (a) senhor(a) poderá ficar em silêncio ou pedir para passar para a próxima questão;

3) Caso alguma pergunta não seja compreendida o (a) senhor(a) pode pedir para repetir;

4) O pesquisador irá conduzir a entrevista de forma flexível e não interromperá o entrevistado (a) até que ele finalize o seu raciocínio.

- **Dê o direito de questões preliminares / se o (a) entrevistado(a) tem alguma dúvida;**
- **Pedir a permissão para gravar a entrevista;**

- Eu Rodrigo pesquisador em Governança do PPG de Contábeis da UNISINOS agradeço o seu tempo e depoimento para a coleta de dados da pesquisa em favor da produção e compartilhamento da ciência e dos propósitos da filantropia privada.

II. Perguntas iniciais:

- Q1- Poderia me falar como e quando surgiu a fundação?
- Q2- Quantos funcionários (formais) e voluntários a fundação possui?
- Q3- Poderia me dizer o orçamento anual da fundação? Qual a fonte destes recursos?
- Q4- Poderia mencionar quais projetos sociais apoiados pela fundação? Por quê foram selecionados?
- Q5- Em qual região os projetos apoiados pela fundação? Por quê desta região?
- Q6- Me fale a respeito dos critérios de escolha dos conselheiros da fundação?

III. Pergunta premissa 1 – O propósito da família no filantropocapitalismo está relacionado com o altruísmo.

- Q7 – Poderia me falar sobre quais são os propósitos da família do engajamento social durante a pandemia?
- Q8 - Me fale quem são os públicos beneficiados? Existe alguma avaliação de impacto nas ações realizadas pela fundação?
- Q9 – Houve mudança na estratégia ou destinação dos recursos alocados para doações nos últimos anos?
- Q10 – Se houve mudanças, quais seriam as causas? A pandemia foi um dos motivos?
- Q11 - Me fale como é o processo decisório sobre a destinação dos recursos (pessoas envolvidas, critérios usados)?

IV. Pergunta premissa 2 - O propósito da família no filantropocapitalismo está relacionado a legitimar a atividade da empresa.

- Q12 – Poderia mencionar se definição dos projetos e ações sociais apoiados possuem relações o ramo de atuação com as da empresa que a família controla?
- Q13 – Na sua opinião os recursos destinados a filantropia trouxeram algum benefício direto ou indireto para a família ou a empresa que controla?
- Q14 – A filantropia é uma maneira de unir a família? Se sim, por quê?

Q15 – Qual o envolvimento dos membros da família com a filantropia? As futuras gerações de herdeiros se envolvem com trabalho voluntário?

Q16 - Quantos membros da família atuam no conselho deliberativo ou consultivo da fundação?

VII. Encerramento:

Q18 – O(a) senhor(a) deseja realizar alguma consideração ou mensagem que queira deixar registrado nesta entrevista?

Q19 – O(a) senhor(a) poderia me indicar 1 pessoa que poderiam contribuir com essa pesquisa? (Filantropos, Conselheiros, Gestores ou Consultores).

* Após a finalização da pesquisa, os participantes serão informados do resultado.

APÊNDICE D – MENSAGENS DE RETORNO SEM EFETIVAR A ENTREVISTA

Item	
Resposta 1	Bom dia Rodrigo Machado Rossetto, Sua mensagem foi enviada para a área responsável que entrará em contato o mais breve possível. Esta solicitação gerou o protocolo [...] para nosso acompanhamento e controle. Atenciosamente [...]
Resposta 2	Olá, Segue contatos do setor de treinamento da empresa. E-mail: treinamento@[...].com.br Telefone: [...]
Resposta 3	Bom dia! Olá Rodrigo, Agradecemos o seu contato e interesse na [...]. Para assuntos relacionados à Projetos e/ou Pesquisas Acadêmicas, orientamos que entre em contato diretamente com a nossa área de Recursos Humanos, através do fone: [...]. Qualquer dúvida, nos mantemos à disposição. Até mais,
Resposta 4	([...]Institucional) 11 de nov. de 2022 14:22 BRT Olá, Rodrigo. Tudo bem? Espero que sim! Estou muito feliz com o seu contato e pela lembrança da marca [...]. Vou lhe encaminhar um link de acesso ao sistema de marketing, para você cadastrar o que deseja. [...]com.br/marketing Atenciosamente [...].
Resposta 5	Prezado Rodrigo, Agradecemos o envio do convite e parabenizamos pela pesquisa, mas infelizmente não temos disponibilidade de participar. Sucesso no projeto! Atenciosamente, Instituto [...]
Resposta 6	Olá, Sinto muito, mas não me enquadro nessa pesquisa. Atenciosamente, [...], [...]@[...].com.br +55 ([...])[...].
Resposta 7	Bom dia Rodrigo, Analisando o perfil da pesquisa entendemos que não nos encaixamos, pois o Instituto [...] é mantido quase que totalmente por pessoas jurídicas de capital aberto e não por grupos familiares. Agradecemos o convite. Atenciosamente,
Resposta 8	Boa tarde Rodrigo, tudo bem? Você conseguiria nos adiantar quais seriam os assuntos e perguntas para verificar a disponibilidade de resposta com nossos gestores? Estamos em fase de planejamento e agenda da direção está um pouco disputada. Agradecemos seu interesse. Atenciosamente,
Resposta 9	Prezado Rodrigo, As nossas empresas contribuem para diversos projeto da nossa região, porém não costuma comentar tais doações e patrocínios. Obrigado pelo contato.
Resposta 10	Bom dia Rodrigo! Combinamos isso Na correria agora.
Resposta 11	Boa tarde Rodrigo, tudo bem? Agradecemos o contato, bem como a lembrança da [...]. Apenas as informações compartilhadas através de nosso website, www.[...].com.br , de nossas mídias sociais e de publicações oficiais de prestações de contas são disponibilizadas para uso público. Nossa política classifica todas as informações e dados, fora desses canais, como estratégicos e não divulgáveis, vendando a nossa participação em trabalhos e pesquisas acadêmicos. Permanecemos a disposição.
Resposta 12	Olá, Rodrigo, bom dia. Tudo bem? Recebi seu e-mail, mas, infelizmente, não posso ajudar, pois não me enquadro como um “proprietários, gestores e conselheiros de empresas familiares”. Sem prejuízo, gostaria de parabenizá-lo pela escolha do tema. Entendo que poderá resultar em um trabalho bastante interessante e enriquecedor. Aproveitando, gostaria de saber se, ao fim do trabalho, seria possível que ele fosse compartilhado, para que eu possa conhecê-lo, bem como gostaria de saber como teve acesso ao meu e-mail? Sds.,
Resposta 13	Bom dia! Tudo bem? Vou verificar o que aconteceu e te dou retorno. Obrigada

	<p>Oi Rodrigo! Tudo bem? Desculpa a demora. Tive um problema de saúde e retornei hoje. Agora tô colocando em dia as demandas. Antes de sair reforcei teu e-mail com nossa diretora. Eu sou [...]. E gostaria de entender um pouco, o que tu gostaria.</p>
Resposta 14	<p>Bom dia, Rodrigo. Tudo bem? Agradeço o contato, contudo, não sou a pessoa mais indicada para participar da pesquisa. Coloco em cópia nesta conversa o @[...], nosso RI, para avaliar a participação e quem poderia ser o respondente. Att, Obrigado.</p>
Resposta 15	<p>Bom dia, Encaminharemos seu e-mail ao departamento responsável. A [...] agradece seu contato. Atenciosamente / Best regards,</p>
Resposta 16	<p>Prezado, Informamos que em função de recebermos diversas solicitações semelhantes a essa, não temos como atender personalizadas a todos que nos procuram. Desta forma, a [...] tomou a decisão de priorizar as necessidades de seus funcionários. Hoje, esse número excede 800 universitários que tomam a capacidade da empresa na realização de estágios e trabalhos de rotina/conclusão. No entanto, caso ajude, temos algumas informações disponíveis em nosso site: www.[...].com.br - no ícone superior "Sobre a Empresa". Agradecemos o contato conosco e contamos com sua compreensão! Atenciosamente, Marketing [...]</p>

APÊNDICE E - ARTIGOS SELECIONADOS REVISÃO DE LITERATURA

Autores (as) / Ano	Título	Revista
Bielawska (2021)	Social Involvement of Polish Family Businesses.	Sustainability
Lähdesmäki & Takala (2012)	Altruism in business—an empirical study of philanthropy in the small business context.	Social Responsibility Journal
De Campos, Gallon & Becker (2021)	Intersectoral partnerships in the recycling sector.	Social Responsibility Journal
Li, Au, He & Song (2015)	Why do family-controlled firms donate to charity? The role of intrafamily succession intention, social status, and religiosity.	Management and Organization Review
Arco-Castro; Lopez-Pérez; Rodriguez-Gomez; Garde-Sánchez (2020)	Stakeholders Modulate Philanthropic Strategy? Corporate Philanthropy as Stakeholders' Engagement.	Sustainability
Lindorff & Peck (2010)	Exploring Australian financial leaders' views of corporate social responsibility.	Journal of Management & Organization
Ge & Micelotta (2019)	When does the family matter? Institutional pressures and corporate philanthropy in China.	Organization Studies
Harvey, Gordon & Maclean (2021)	The ethics of entrepreneurial philanthropy.	Journal of Business Ethics
Schervish, O'Herlihy, Havens & Pamplin Jr. (2001)	Agent-animated wealth and philanthropy: The dynamics of accumulation and allocation among high-tech donors.	Boston: Association of Fundraising Professionals
Glucksberg & Russell-Prywata (2020)	Elites and inequality: A case study of plutocratic philanthropy in the UK.	United Nations Research Institute for Social Development
Florindo Borges, Miranda & Machado Valadão Júnior (2007)	O discurso das fundações corporativas: caminhos de uma "nova" filantropia?	Revista de Administração de Empresas
Ricciuti & Turrini (2018)	Foundations in Italy: What roles and challenges?	American Behavioral Scientist
Gehring (2020)	Corporate foundations as partnership brokers in supporting the United Nations' sustainable development goals (SDGs).	Sustainability

Autores (as) / Ano	Título	Revista
Finchum-Mason, Husted & Suárez (2020)	Philanthropic foundation responses to COVID-19.	Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly
Irigaray, Vergara & Araújo (2017)	Responsabilidade Social Corporativa: o que revelam os relatórios sociais das empresas.	Organizações & Sociedade
Innocenti, Vicente & Gasparetto (2020)	Evidenciação Voluntária de Boas Práticas de Governança Corporativa em Fundações Privadas, à Luz do IBGC.	Revista Metropolitana de Governança Corporativa

APÊNDICE F – RESUMO DOS ESTUDOS REVISADOS

Autores (as) / Ano	Objetivo	Metodologia	Achados
Bielawska (2021)	Identificar as causas, as formas e beneficiários do engajamento social das empresas familiares poloneses.	Análise sistemática da literatura e 43 entrevistas.	<p>1ª A principal causa do engajamento social é a realização de necessidades emocionais da família de compartilhar com a sociedade, geralmente próxima do local onde a família possui os seus negócios, parte do seu sucesso de longo prazo.</p> <p>2ª Os recursos doados dividem-se entre caridade (focada em necessidades imediatas da sociedade) e filantropia (focada em necessidades de longo prazo) e aumentaram durante a pandemia da Covid-19.</p> <p>3ª Através do engajamento social as famílias possuem melhor percepção entre vizinhos e amigos o que resulta em elevação do status da família perante a sociedade, melhorando a relação entre a empresa da família e a comunidade o que promove a longevidade dos negócios ao longo das gerações.</p>
Lähdesmäki & Takala (2012)	Examinar a filantropia corporativa na perspectiva dos proprietários-gerentes na Finlândia.	25 entrevistas com empresários-gestores de pequenos negócios. A análise dos dados baseia-se em um método de análise de conteúdo qualitativo	Os proprietários se engajam na filantropia como um meio de melhorar o desempenho financeiro de seus negócios. Com a ideia de que as empresas se engajam em contribuir para o bem-estar dos outros, desde que alguns benefícios econômicos possam ser obtidos com isso.
De Campos, Gallon & Becker (2021)	Identificar a natureza das características e os resultados sociais de parcerias estabelecidas entre organizações não governamentais (ONGs) e a empresa.	12 entrevistas e analisados por meio da técnica de análise de conteúdo.	<p>1ª A parceria é movida pelo interesse da empresa na qualificação de seu fornecedor, voltado para uma orientação identitária relacional, estabelecendo relações filantrópicas;</p> <p>2ª a busca por legitimidade social;</p> <p>3ª a proximidade do diálogo entre empresas e sociedade civil tem forte relação com os resultados sociais para as comunidades locais.</p>
Li, Au, He & Song (2015)	Por que as empresas controladas por famílias doam para instituições de caridade?	Pesquisa quantitativa de 2010 com empresas chinesas de propriedade privada.	A relação entre a intenção de sucessão intrafamiliar e a filantropia corporativa é moderada pelo status social e religiosidade dos proprietários da família.
Arco-Castro; Lopez-Pérez; Rodríguez-Gomez; Garde-Sánchez (2020)	Ilustrar que o exercício da filantropia corporativa é desenvolvido considerando a percepção ideal pelas partes interessadas.	Análise empírica é realizado usando um logit binomial no que diz respeito à gestão da filantropia corporativa canalizado através de fundações e, uma análise de	A filantropia corporativa é identificada com práticas para alcançar o bem comum e garantir a sustentabilidade da empresa a longo prazo.

Autores (as) / Ano	Objetivo	Metodologia	Achados
		regressão usando Ordinary Least Squares (OLS).	
Lindorff & Peck (2010)	Quais as crenças de responsabilidade social corporativa dos CEOs de grandes instituições financeiras australianas.	Exploratório e qualitativo.	Foi constatado que, embora muitos líderes apoiem a premissa central do modelo de criação de riqueza de que a principal responsabilidade da organização é maximizar seu valor para cumprir suas obrigações fiduciárias com seus acionistas, eles também acreditam que as atividades de RSE beneficiam a organização financeiramente e na construção da sustentabilidade corporativa, engajamento e desempenho dos funcionários e capital social. Acredita-se também que as atividades de responsabilidade social corporativa aumentam a legitimidade da organização.
Ge & Micelotta (2019)	Investiga se e como o envolvimento na filantropia corporativa difere das empresas familiares e empresas não familiares na China.	Entrevistas com 4.614 empresas em 19 indústrias diferentes foram concluídas em todas as 31 províncias e áreas metropolitanas da China.	Sob fortes pressões institucionais para doar, a legitimidade atua como um ímpeto, mas a generosidade de uma empresa familiar aponta para a influência da reputação. As empresas familiares são mais propensas a considerar oferecer uma contribuição mais substancial como um caminho frutífero para ganhar ou manter uma imagem e reputação positivas.
Harvey, Gordon & Maclean (2021)	Analisam as motivações e ideias que levam os filantropos Reino Unido a doarem.	Análise de conteúdo Analisamos das declarações feitas em entrevista por 24 filantropos de elite do Reino Unido, 12 tradicionais e 12 empreendedores.	1. A filantropia sugere que as pessoas se envolvam na filantropia por um senso de dever que parte de crenças individuais geralmente voltada a comunidade local com objetivo de minimizar problemas sociais de curto prazo 2. A filantropia empreendedora foca em resolver a origem das desigualdades sociais ao invés de oferecer alívio das consequências, abraço o individualismo e foca na criação de igualdade de oportunidades para todos.
Schervish, O'Herlihy, Havens & Pamplin Jr. (2001)	Descrever a relação de proprietários de empresas de tecnologia de como eles alocam os fundos pessoais e empresariais na área da filantropia.	Entrevistas com 28 empresas de alta tecnologia.	Os detentores de riqueza de alta tecnologia veem os significados e práticas de suas biografias comerciais e filantrópicas.
Glucksberg & Russell-Prywata (2020)	Investigar o papel da filantropia de elite no Reino Unido no contexto da crescente desigualdade global	A análise de redes sociais para estudar vínculos entre instituições formadas por indivíduos que ocupam vários cargos	O fomento da filantropia como uma estratégia de planejamento sucessório como tentativas de legitimar a acumulação de riqueza entre os super ricos no Reino Unido.

Autores (as) / Ano	Objetivo	Metodologia	Achados
		no conselho, conhecidos como "board interlocks".	
Florindo Borges, Miranda & Machado Valadão Júnior (2007)	Analisar a responsabilidade social corporativa das empresas brasileiras através de fundações	Análise de discurso.	O estudo revela que, além de protagonistas na criação de valor social, as fundações vêm desempenhando papel estratégico para a companhia.
Ricciuti & Turrini (2018)	Apresentar um retrato das organizações filantrópicas italianas, destacando os pontos fortes, fracos e desafios que a filantropia enfrenta naquele país.	Exploratório.	As fundações italianas estão passando por uma transição para novos regimes institucionais, que será acelerado pela capacidade de ganhar legitimidade e atuar como um grupo mais unitário.
Gehring (2020)	Como as Fundações Corporativas (FC) abordam a Agenda 2030 em relação às suas atividades e estratégias.	Pesquisa exploratória, os dados foram coletados por meio de uma pesquisa on-line entre gerentes de FC na Suíça, Liechtenstein e Alemanha.	Os resultados sugerem que, a fim de contribuir de forma mais eficaz para os ODS. As fundações empresariais devem fazer mais e melhor uso de suas capacidades para unir lógicas institucionais, reunir recursos e iniciar parcerias entre diversos setores.
Finchum-Mason, Husted & Suárez (2020)	Como as grandes fundações estão agindo para conter o impacto do COVID-19 e ajudar no processo de recuperação?	Estudo descritivo com dados de uma pesquisa nacional das 500 maiores fundações filantrópicas nos Estados Unidos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grandes fundações privadas e comunitárias estão tomando medidas para combater a crise do COVID-19 de várias maneiras; 2. Muitas estão mudando suas prioridades de financiamento; 3. solicitando feedback da comunidade para desenvolver sua estratégia e defendendo mudanças nas políticas pública.
Irigaray, Vergara & Araújo (2017)	Identificar nos relatórios sociais, divulgados pelas empresas, revelam sobre seu entendimento e a amplitude das práticas com RSC.	Análise qualitativa do conteúdo de relatórios anuais, sociais, de sustentabilidade e outros documentos análise de conteúdo.	Um quarto das empresas da amostra entende RSC de forma ampla e se demonstram engajadas com amplitude alta das práticas com essas ações, quando o conceito de responsabilidade social envolve os valores da empresa, questões de legado, sustentabilidade, mitigação de riscos, redução de impactos, compromissos éticos e pactuados, desenvolvimentos das comunidades locais, projetos de recuperação ambiental e preservação.
Innocenti, Vicente & Gasparetto (2020)	Identificar o nível de evidência voluntária de boas práticas de governança corporativa em fundações privadas, à	Qualitativa, descritiva e de natureza aplicada.	O nível médio de evidência voluntária de práticas de governança foi de 1,2, na escala de 0 a 2, empregada no estudo, o que indica disponibilidade dos dados na ordem de 62%, e reflete a adequação parcial aos princípios propostos pelo IBGC para esse segmento

Autores (as) / Ano	Objetivo	Metodologia	Achados
	<p>luz dos princípios estabelecidos pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).</p>		<p>social.</p>
<p>Borger, (2001)</p>	<p>Como a atuação social da empresa afeta a sua dinâmica empresarial.</p>	<p>Revisão bibliográfica.</p>	<p>1º O comprometimento da liderança com a RSE constrói a imagem corporativa e a reputação da empresa. 2ª A inclusão da RSE na estratégia geral e nas estratégias da empresa proporciona um melhor desempenho mercadológico e económico de longo prazo. 3ª A comunicação formal e informal para disseminar a RSE melhora o clima organizacional, e a divulgação da atuação social das empresas melhora a imagem empresarial.</p>
<p>Beuren, Gubiani, & Soares, (2013)</p>	<p>Identificar as estratégias de legitimidade evidenciadas nos relatórios da administração de empresas públicas estaduais de capital aberto do setor de energia elétrica no Brasil.</p>	<p>Análise de Conteúdo</p>	<p>1. Os relatórios de administração das empresas investigadas, que elas se encontram no estágio de manutenção da legitimidade, trabalhando fortemente para obter ganhos de legitimação. 2. As evidências estão alinhadas com o pressuposto de que estas empresas buscam manter seu estágio de legitimidade já adquirida. 3. Denota também que estas empresas estão sensíveis às demandas do público para recuperar, manter ou ganhar legitimidade.</p>

APÊNDICE G – TRECHOS DAS ENTREVISTAS

“[...] A vocação para a filantropia é muito individual, se você não tem isso dentro em todos os membros da família. Você não acaba criando isso e isso é mais ou menos como um dom, como uma habilidade musical. Alguma questão se a pessoa não tem envolvimento com a comunidade é mais difícil de acontecer. Uma outra característica é que a segunda geração da família nenhum membro da família reside no Rio Grande do Sul. Então, como todo o foco da filantropia está focado no Rio Grande do Sul. Não existe aderência. Hoje onde as pessoas residem, o que acontece é que, eventualmente, os membros da segunda geração. E acabam se envolvendo em filantropias, nas geografias onde eles estão residindo e não através da [FUNDAÇÃO] [...]”. **ENTREVISTADO 3 - TRECHO 9.**

“[...] Não há investimento em mídia, por exemplo. Para falar sobre essa filantropia não é assim. É como estratégia, se algo bastante discreto, não há nenhum tipo de vínculo, por exemplo, alguém que ganha uma bolsa de MBA e ele precisa ir trabalhar nas empresas da família. Enfim, em alguma empresa do grupo, Eu acho que o impacto mesmo direto, não sei onde fica! É bastante desvinculado dos negócios até o uma forma de trabalhar que a missão dos negócios é gerar resultado. Os negócios e não fazer filantropia, né, então. Por exemplo. Assim, se há uma decisão que envolve incentivo fiscal e filantropia, não é. É analisado muito como uma perspectiva de negócios, então assim, o é se aderir a esse incentivo fiscal. É, bom para os negócios, se não for bom para o resultado das empresas, não, não é não se faz agora sim a área de filantropia não é então no instituto? sim, ele tem que buscar, é como ter o melhor impacto é no público que ele que ele vem trabalhando [...]”. **ENTREVISTADA 2 - TRECHO 7.**

“[...] Eu diria o seguinte eu acho que assim nesse mundo nesses últimos 2 anos teve uma missão de fazer muito investimento interno, então talvez a prioridade aí da desses recursos, eles tenham voltado para a própria companhia, está se companhias tiveram que mudar um monte de hábitos, teve uma série de restrições e teve, a preocupação com a saúde e o bem-estar das famílias que ao empregador emprega, então Eu diria o seguinte, que houve sim, um olhar, mas esse olhar foi muito voltado para o público interno, das companhias, e a consequência disso, talvez, se pela própria dificuldade na questão dos resultados, que as empresas, de uma maneira geral, sofreram [...]”. **ENTREVISTADO 1 – TRECHO 4.**

“[...] Essa sensibilidade com um momento difícil assim, por exemplo, a gente tem uma ação que um dos projetos que a gente executar que é o sábado solidário, que faz a arrecadação de alimentos junto ao mercado, os consumidores, a gente fica abordando os consumidores na porta do mercado, sensibilizando para doar 1 kg de alimento não perecível e essa ação ficou suspensa durante a pandemia. Então a gente percebeu muita mobilização no sentido de garantir é o repasse de alimentos para as instituições, então a gente recebeu doações espontâneas. A gente mesmo coordenou campanhas adicionais para poder tentar suprir um pouco desse alimento, que parou de chegar de forma mais frequente, no calendário recorrente forma recorrente assim ou então foi muito isso? Assim, setores que estavam bem, tentando auxiliar essa sensação de precisamos fazer alguma coisa. A gente tem condições de fazer, todo mundo tinha álcool gel, mas as instituições, na sua lista de necessidade, precisaram de álcool gel, por exemplo. Não era um item normal da lista de interesse. De uma lista básica, e aí surgiu a demanda de itens adicionais de higiene, de proteção, questão de máscara e tudo mais, então acho que essa motivação de estou em condições de doar. Diz aí, agora está precisando ainda mais [...]”. **ENTREVISTADA 6 - TRECHO 10.**

“[...] Geralmente um ajuda pessoas assim, tipo que tem um cachorrinho está com problema de saúde e foi um período muito legal na nesse ponto, porque eu vi que a causa animal é uma causa que tem uma comunidade muito forte, então, isso foi uma primeira coisa que eu identifiquei muito claramente, que é uma comunidade muito forte, que se ajuda, não é muito forte também. O pessoal da causa animal muito é de vamos salvar a vida de todos que a gente puder. Isso foi uma coisa que foi muito legal ele durou mais ou menos de 2012 até 2015 e nesse período aí, de 3 anos, a gente conseguiu fazer, é bastante de ações assim, de captação de recursos para ajudar de projetos de todo o Brasil, isso é muito legal também que a gente conseguiu e era um projeto de todo o Brasil, que pessoas de todo o Brasil doavam, então, era um projeto social criado em Porto Alegre, divulgava para pessoal de São Paulo, de Salvador, de Belém até o Acre, enfim, para poder fazer a as coisas acontecerem. Daí a partir disso eu acabei entrando fosse uma extensão disso, no sentido de que eu, saído de um projeto que era muito focado na causa animal, para um projeto que era de todas as causas, de famílias da presente, de casamento, de comprar uma prótese para uma criança, está com a perna, imaginação, de solidariedade, educação. A gente nota que tem uma solidariedade muito grande, que

a gente consegue causar um impacto muito legal na sociedade [...]” **ENTREVISTADO 7 - TRECHO 1.**

“[...] Um ano antes da pandemia, a gente vinha praticamente dobrando de tamanho (doações) todo ano, só que veio a pandemia e daquele ano de 2019 da pandemia de triplicou de tamanho, foi uma coisa assim que a gente cresceu em equipe, cresceu em projetos, cresceu em movimentação de dinheiro, foi completamente atípico naquele momento e a gente acredita muito isso por vários motivos, primeiro para as pessoas fiquem mais em casa, então para estarem mais em casa, estarem mais solidárias também, que está vendo toda aquelas coisas acontecendo e tu sabe que muita gente foi demitida tudo mais. Mas há o pipoqueiro do colégio do meu filho está sem trabalho, então as pessoas fizeram uma vaquinha para ajudar o pipoqueiro ao pessoal que montou um projeto de científico para fazer um novo respirador lá na USP, pessoal foi lá e criou uma vaquinha. De movimento para ajudar as pessoas da favela lá que estão sem emprego e tudo mais. Então assim, a gente viu que se criou desde como eu falei, desde o pipoqueiro do colégio até um grande projeto para ajudar a uma comunidade assim, a ser restaurada, as mães da favela. Foi um projeto que surgiu naquela época, assim, justamente para ajudar as mães, foi projetado Cortana. Então foi assim, desde projetos grandiosos que arrecadaram quase R\$ 1.000.000 de reais, até projetos pequenininhos que eram de R\$ 5.000 reais para ajudar o pipoqueiro. A gente viu assim movimentos de todas as frentes para poder ajudar durante a pandemia [...]” **ENTREVISTADA 7 - TRECHO 4.**

“[...] A gente nota que quando pessoas se envolvem numa campanha desse tipo, assim elas vão lá e conseguem se envolver numa campanha e isso gera um sentimento muito bom nas pessoas, tu sabendo que estava causando impacto isso? A gente criou um projeto esse ano, que era o aniversário solidário, né, das pessoas poderem aproveitar o momento do aniversário para pedir um presente, pediu uma doação para uma campanha para uma ONG e a gente nota como as pessoas se sentem bem. Vai ser isso, disse pô, eu fiz. Bem, sabe, eu fiz, a gente tem muitos projetos lá dentro. Assim, as pessoas viram uma injustiça, viram uma coisa acontecendo, elas foram lá elas não, eu vou fazer, eu vou mudar isso, vou transformar isso, elas vão lá engajar, arrecadaram dinheiro, tu vê que isso muda a pessoa, não, ela se torna uma pessoa muito mais feliz, muito mais contente com ela mesmo, pelo impacto que ela está usando [...]” **ENTREVISTADA 7 - TRECHO 7.**

“[...] Eu acredito que seja mais um propósito individual da primeira geração para a segunda. Eu vejo muito mais a primeira e segunda geração bem mais assídua e pontual nesse engajamento social [...]” **ENTREVISTADO 5 - TRECHO 5.**

“[...] A quarta geração, são de ainda bebês, a terceira geração ela já começa a entrar na filantropia agora, recentemente, eles começaram a entrar porque tinha os mais velhos da terceira geração tem em torno de 30 anos. Assim eles começaram entre 20 e 30 anos e começaram a se envolver mais assim recentemente não como esse voluntariado mais tradicional, mas eu vou te dar exemplos, por exemplo, na construção do centro cultural a família se envolveu diretamente no projeto um membro da terceira geração e ele estava se formando em arquitetura e ele acompanhou toda a implantação, junto com o arquiteto responsável na construção ele trabalhou desde o desenho da planta de obra então assim foi uma dedicação super presente, outro exemplo, é o paisagismo foi feito pela Sra. [...], que é uma pessoa da família que até hoje as pessoas não sabem, não conhecem, mas as vezes ela estava trabalhando mesmo no Jardim e é claro que de forma voluntária e tudo, mas é um tipo de envolvimento, outras pessoas, a da família trabalham assim, outro exemplo, no período de entrevistas, então a família entrevista os bolsistas, fazem mais essa imersão. Então existe esse envolvimento não no dia a dia, a gente tem um grupo de executivos e em momentos especiais, aonde eles, se onde eles percebem que eles têm competência [...]” **ENTREVISTADA 2 - TRECHO 9.**

“[...] Eu vejo até pela minha experiência e como trabalhei para ver bem que tinha alguma área de apoio, filantropia para famílias ou vendo algumas histórias de sucessões dentro da família, assim que alguns membros de famílias já resolvidas com o patrimônio relevante, buscando algum sentido, alguma ocupação, dizer para suas vidas é invariavelmente algum membro é, acaba se envolvendo mais ou ocupar o tempo fazendo isso da sua, enfim, missão de vida e tal, é basta ver. Quem está à frente dessas instituições? Quando for nomes mais assim, só a Viviane Senna era uma dor, que é só um exemplo, mas ela é a esposa do [...] aqui que toca instituto [...]” **ENTREVISTADO 10 – TRECHO 4.**

“[...] Então é sem dúvida, é uma carreira ou um caminho? Vai para os membros famílias exercerem uma atividade parcial ou full time ao longo de suas vidas e acho que invariavelmente, eles acabam achando alguma encontrar alguma realização nisso, o contágio positivo da filantropia em pessoas que têm essa sensibilidade acaba fomentando isso ainda mais. Então se une a família. Eu acho que une muitas vezes patriarca ou membros mais velhos das famílias há alguma espécie de proposta de fim de legado na filantrópico. No primeiro momento, vezes posso soar com alguma resistência e tal, mas que no fim do dia, eu acho que é longo do trabalho quando bem desenvolvido, também vai

unindo as famílias, principalmente quando esse patriarca, esse fim é falta dele [...]”
ENTREVISTADO 10 – TRECHO 5.

“[...] Eu creio que uma questão de é um chamamento da própria sociedade, de tudo que vem acontecendo ao redor dela, da pessoa, da família, das suas linhas, ações, das suas relações. Um chamamento em poder ajudar, então eu acho que tem visto isso muito como propósito pessoal, então acredito muito que as pessoas estão se dando conta, de que cada vez se dando mais conta, de que é não basta apenas pagar os impostos do governo, Elas têm se dado conta de que elas podem ajudar muito, além dos impostos. E tem vindo esse chamamento através os problemas sociais, os problemas da nossa sociedade e elas têm se engajado cada vez mais nisso, Elas também estão envolvidas em alguns outros conselhos não é conselhos de organizações, é de nível estadual e nível nacional para tratar dessa dessas questões claramente de investimento financeiro onde elas querem contribuir [...]” **ENTREVISTADO 11 – TRECHO 3.**

“[...] Independente da família, eu, pessoalmente, como eu costumo dizer, esse CPF é eu me envolvo muito e sempre com esse olhar mais de desenvolvimento humano. É onde se envolvimento humano mais amplo, passando elas 4 inteligências física, a mental, a emocional e a espiritual. Então, o meu olhar sempre é nesse campo de é, eu não olho outro só numa parte é, mas de condições financeiras, se ele tem ou se ele não tem, então o meu olhar para o outro é sempre mais amplo, não é assim, é o que que fisicamente dá para ser ajudar ou fisicamente significa? Em que eu posso colaborar com ele, dizer para ele. Olha, faz um fazer um regime alimentar educativo, faz é ginástica, faz exercícios, procure um médico, então esse é para a parte física, a parte emocional também dá uma palavra de conforto, se vê que está numa situação emocional muito forte, é o mental, é indicar caminhos de à procura, fazer um curso, procure se especializar nisso, de especializar naquilo que aí melhora. Também, e tudo isso dentro de um campo espiritual de que nós somos mais do que essas 4 inteligências que eu falei, então eu pessoalmente vou por esse caminho. A família, qual eu estou unida é tem eu. Eu vou dizer a família e depois a empresa, a família sempre foi muito orientada para suas estratégias área da educação, da cultura e saúde e esses 3 eu acho que foram os grandes eixos da família e da empresa além desses 3 eixos, ainda foi mais para é apoio à gestão pública, é apoio ao agente público como a doação de viaturas e a construção civil de um hospital durante a pandemia [...]” **ENTREVISTADA 14 – TRECHO 8.**

“[...] Eu me envolvi muito, muito nessa parte é de é dar um apoio para grupos, mas é individual, é, e a própria organização na qual estou ligada. A [FUNDAÇÃO] também tem esse olhar e eu criei a gente 5 anos justamente por esse olhar amplo que eu tenho, e também criei um canal no YouTube, que também é para falar desses temas, de ter uma visão ampliada sobre a vida, isso é torna dizer, não é, Um projeto muito pessoal meu é esse olhar. É tanto a família quanto a empresa seguem um olhar muito amplo de apoio, as pessoas à sociedade civil, às causas sociais, mas não com esse foco tão fechado, quanto meu de levar sempre para uma espiritualidade, nesses 2 ou 3 últimos anos que está vendo aí para dizer assim? Tanto a empresa quanto a família é quanto eu a gente seguiu esse caminho é primeiro a grande necessidade que as pessoas estarem com muita fome, então é se seguiu esse caminho, mas eu segui também além disso, o caminho de conversar de saber um pouquinho mais, se era comida que a pessoa realmente precisava em primeiro lugar ou não [...]”
ENTREVISTADA 14 – TRECHO 9.

“[...] Tem pessoas que Eu acredito que já nasçam com uma semente é de poder ficar com esse olhar atento é que eu chamo isso de desenvolvimento humano, então tem pessoas que já nascem assim, outras podem ser desenvolvidas para isso é dentro da própria parceiras quando nós fazíamos bem antes, porque a pandemia mudou tudo e passou muito mais para o virtual, mas quando a gente fazia pessoalmente (presencial), eu lembro que numa das rodas de conversa que a gente chamava sempre os voluntários e fazia essa pergunta, “o que que te leva a voluntariar?”, E que é mais ou menos essa pesquisa que tu que tu estás fazendo agora com um cunho mais amplo. Nós fazíamos bem no cunho que te leva voluntariar, então as perguntas, as respostas vêm de todas as maneiras possíveis, [...] Desde a coisa mais material, até uma coisa mais é de cunho de quero conhecer mais gente para poder ter mais campo de trabalho, mas existe outra maneira de viver sem estarmos conectados todos voluntariamente, então, ele tinha as respostas todas, mas uma pessoa é fez a pergunta assim: “a gente nasce voluntário ou aprende a ser voluntário?” E na ocasião respondi pelas 2 maneiras. Você já nasce assim ou tu pode desenvolver tanto na solidariedade que leva para um voluntariado. Não é 100% de pessoas que são solidárias. Não é 100% de pessoas, são voluntárias. Mas o importante é que é atitude de alguns mais velhos dentro das famílias é conduz os mais novos a ao olhar isso com mais atenção e principalmente aquelas pessoas dentro das famílias que são ícones, [...] É sempre os mais jovens vão olhando para esse lado. Por que será que o pai, o tio avô, primo mais velho, fazem isso, então eles começam a fazer também, mas não é 100% e tem alguns que estão com todos os modelos, todos os exemplos [...]” **ENTREVISTADA 14 – TRECHO 12.**

“[...] Estou fazendo é ajudando a fazer um resgate do cachorro hoje que estava abandonado. A gente ajuda as pessoas e aos meus bichinhos também, né? A informação que o cachorro já está em pé, jantou, estava bem caquético, cachorro abandonado e eu e uma amiga resgatamos e o veterinário que me dá notícia, que já está comendo. É, tadinho. Imagina pode? [...]” **ENTREVISTADA 12 – TRECHO 1.**

“Temos 25 anos de vida e ela iniciou como fundadora e com algumas outras pessoas no intuito desenvolver a cultura do trabalho voluntário no Rio Grande do Sul e Isso foi no ano de 1997, e de lá para cá a organização tomou corpo. Ela passou a ter autossustentável e não depender diretamente ou exclusivamente das ações de mantenedores. Possui atividades hoje que ela consegue arrecadar recursos. Enfim, ao longo desses 25 anos, muita coisa evoluiu e é, e ela por si só, hoje em dia não depende, é diretamente ou unicamente de uma ou mais famílias [...]” **ENTREVISTADO 8 - TRECHO 1.**

“[...] A [FUNDAÇÃO] surgiu em 2003, nós vamos fazer 20 anos ano que vem já, mas a gente já tinha um programa social muito forte aqui as empresas, de turno escolar e atendimento a criança no seu contexto integral, né? A gente ajudava as crianças até aquele atendimento que a família não pode dar, porque trabalha e tal. E como nós vemos, eu na época, trabalhava no jurídico e eu percebi que as ações sociais nas empresas. Já eram 19 empresas, não é do grupo, estavam muito dispersas, assim, não tinha um foco, não tinha a gente ia fazer o relatório social, era só por uma questão de obrigação e aí se isso surgiu a ideia de ter um órgão mesmo, né? da família que pudesse também gerir, Que fosse da vontade da família de fazer essa representação do investimento social, com a ajuda da família aí eu assumi, então, como presidente, fizemos um planejamento estratégico, mas instituto ficou só no papel e usamos até a gente alimentar aquela ideia. Não é para todo mundo e aí o nosso diretor na época, se não está mais do que na hora de a gente fazer funcionais instituto e tal e nos deu maior força, o RH se envolveu também e tal, porque não é fácil tu mudar o conceito, funcionamento dos setores de uma empresa é que ele é um outro setor, que eles, se a gente achava que não precisava. Então, o que que a gente fez um planejamento, uma consultoria veio aqui e sensibilizou toda essa gestão. Foi feita uma entrevista individual que cada gestor de cada empresa e depois foi dado retorno dessa pesquisa e todos acharam que realmente precisaria ter um e alguma equipe que pensasse investimento social e se colocou esse programa que já existia de fazer um ano, o programa já dentro do instituto para a gente tudo coordenar e se pensa também a como é que a gente sabe que eles ação, dessas ações, com dois focos, criança e adolescente, educação para a vida e educação para segurança no trânsito. Mesmo porque a gente é uma empresa que está, trabalha com meu, com essas questões e também tem o voluntariado, que já tinham vários voluntários das empresas, mandou das ações que se fazia na praça, mas em Dia da Criança no Natal, né? A gente não estou também. Esses voluntários fizemos um programa de voluntariado também e aí a gente ficou com as questões culturais também dentro da [FUNDAÇÃO], no decorrer dos anos e tal. Mas tem uma questão de que a família se envolve quando vem aqueles pedidos fora dos programas, sabe aquelas questões, então, que nem na pandemia, a gente viu que estava faltando muito alimento, tinha muito morador de rua também, a pessoa em situação de rua, que a gente chama. Estava aumentando, então a família se mobilizou. A gente criou um fundo e cada um da família botou um valor lá e a gente criou um fundo de ajuda, então a gente distribuiu cestas básicas, através das ONGs a gente não fez assim, a prefeitura também a através da formação assistência social, foi assim. Questionada em relação às necessidades, então, ajudamos a distribuir cestas básicas e nós juntamos ao grupo de empresários, além da Câmara de comércio, também ajudamos na distribuição de mais alimentos, que daí foi uma campanha enorme feita em [...]” **ENTREVISTADA 12 – TRECHO 2.**

“[...] Mas faça alguma coisa em prol do outro mas não faça por obrigação faça por amor não faça por obrigação faça por respeito ao outro é um ser humano igual a ti e em várias situações da vida muitas vezes situações muito diferentes mas ele é um ser humano um cidadão um indivíduo igual a mim as oportunidades da vida é diferente mas na essência ele é igual a mim então ir para um voluntariado mas de uma forma muito respeitosa pelo outro não querendo impor o que eu sei o que eu tenho não escutá-lo e vamos interagir em que nós podemos construir juntos bons resultados quem cresce nessa relação é o outro não é eu mesmo eu cresço muito mais do que o outro aquele que parece ser doador é o receptor então isso que é importante isso eu chamo ampliar a consciência ampliar nossa visão sobre a vida a vida não é o que parece ser ela é muito maior que isso e só na relação do outro é que eu consigo ter o meu desenvolvimento a responsabilidade está acima está acima de nós responsabilidade não é do outro responsabilidade não é do ambiente não é dos nossos pais não é da nossa empresa não é do nosso empregador não é do governo a responsabilidade é nossa é nós olharmos para nossa RS responsabilidade social individual isso que é o nosso Nossa grande responsabilidade e esse é a responsabilidade diz que é trabalhar os valores internos faz despertar

na pessoa o seu verdadeiro valor o que a torna mais ativa em todos os campos e socialmente transformadora ao seu redor isso [...].” **ENTREVISTADA 14 – TRECHO 15.**

“[...] Então, o que identifica a questão do voluntariado hoje é a pessoa querer disponibilizar seu tempo, seja presencial ou seja remoto, para participar de alguma demanda da comunidade, da sociedade, que necessariamente não vai ter um retorno direto, muito menos económico monetário, mas sim contribuir com a sociedade, com o seu entorno. Quando nós chegamos nesse momento da sociedade global hoje que se discute tanto. A questão ambiental, a questão de diversidade, inclusão e tantos outros aspectos, nós percebemos que precisamos nos desenvolver culturalmente. Como ser humanos à e voltar nos novamente a questão da solidariedade, e o voluntariado, nada mais é do que a solidariedade. Na prática, a filantropia para aqueles que podem aportar recursos são ela é fundamental para poder desenvolver projetos, desenvolver iniciativas. Agremiar voluntários e fazer é esse processo de equalização social, onde a gente busque uma sociedade mais justa e mais sustentável para todos [...] Que a gente possa incluir essas massas de pessoas que estão à margem de condições mínimas [...] de humanidade, que a gente possa levar isso de uma forma é, não necessariamente por atividades governamentais, mas pela solidariedade de indivíduos, de famílias, de grupos, de empresa, de uma forma transversal e não de uma forma a gente dedicar ou esperar que alguém venha resolver esse problema para mim [...]”. **ENTREVISTADO 8 - TRECHO 5.**

“[...] Eu acho que quando tu começa a ver o impacto, não é uma coisa assim, o que motiva gente assim é começar a ver o impacto no começo não tem muita noção do que tu vai fazer, vai lá tu vai doar por uma Cruz Vermelha, está doando para a Cruz Vermelha, está recebendo deles um obrigado. Tu não tem uma noção assim do impacto, mas no final do ano com este manda lá um relatório de impacto e tu vê que é que ele tem uns R\$20,00 mensais, gerou tantas coisas, gerou, com o bolo, tudo isso, quando tu vai faz uma doação, outro faz uma coisa, tipo muito ver o impacto, vem aquela criança conseguindo comprar prótese quando se não comprar um medicamento mais caro do mundo e tu vê que tu participou desse movimento, é muito gratificante [...]”. **ENTREVISTADO 7 - TRECHO 2.**

“[...] nós resolvemos desenvolver algumas ações voltadas a este campo, por exemplo, um projeto que se chama letramento em programação, desenvolvido em conjunto com a fundação Ayrton Senna e com a instituição de ensino superior e mede e que busca dar aos meninos deste campo etário o conhecimentos básicos de programação este programa vem sendo muito bem-sucedido, já está no seu terceiro ano de estará agora em 2022, no seu terceiro ano de funcionamento, com uma abrangência cada vez maior de alunos beneficiados em nossos outros projetos foram também oportunos em função da pandemia, por exemplo, projeto de bastante amplitude é desenvolvido com uma escola de ensino médio aqui de Porto Alegre, , na qual desenvolvemos um importante investimento de infraestrutura com a construção de um pavilhão poliesportivo que está dando excelentes resultados e auxiliamos em várias outras as em vários outros aspectos de Infra estruturais da escola e entramos no campo da formação de um plano diretor para a escola. Para o qual nós estamos dando muita atenção e projetando que a escola possa ser uma das escolas de turno integral e mais do que apenas turno integral, tenha uma visão de futuro assim qualificando o ensino, qualificando os seus processos pedagógicos e entrando mais fortemente no Novo Mundo digital que a gente entende que chegou para ficar. Especialmente no processo de educação [...]”. **ENTREVISTADO 13 – TRECHO 3.**

[FUNDAÇÃO], privada de interesse público, investe prioritariamente em educação pela convicção de seus gestores de que a boa formação escolar é o principal instrumento de transformação social de um povo e a base mais adequada para a consolidação da democracia, constituindo-se também em perspectiva de futuro melhor para a juventude brasileira. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 1.**

Orienta-se pela cultura da doação herdada dos antepassados do fundador e disseminada entre os membros da família. Antes da constituição da [FUNDAÇÃO], essa prática era exercitada pela família por meio da [FUNDAÇÃO], depois denominada [FUNDAÇÃO]. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 2.**

No que se refere à visão estratégica e à forma de atuação nas comunidades onde está inserido, a [FUNDAÇÃO] concentra seus investimentos e sua interferência nas causas específicas da educação, identificadas de acordo com os valores éticos definidos nas suas diretrizes e com os propósitos sociais de sua constituição. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 4.**

No ano em que o mundo parou para se proteger da pandemia, a educação brasileira sofreu fortemente o impacto da suspensão das aulas presenciais e da adaptação forçada ao ensino remoto, processos que acentuaram ainda mais as desigualdades educacionais no país. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 6.**

Nesse contexto, nossa [FUNDAÇÃO] procurou redirecionar seus investimentos para o auxílio emergencial às comunidades mais vulneráveis em nossa área de atuação, mas sem abandonar nosso propósito prioritário de continuar contribuindo para a qualificação do ensino, para a formação de jovens e para o aprimoramento da gestão escolar. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 7.**

Assim, ao mesmo tempo em que investimos em assistência social, com a doação de cestas básicas às comunidades mais necessitadas, também reforçamos o foco nos nossos principais projetos educacionais, especialmente naqueles que contribuem para a qualificação do ensino a distância. Entendemos que o aperfeiçoamento do formato online será fundamental para que os estudantes recuperem a defasagem causada pela pandemia. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 8.**

Em 2020, observamos o isolamento, o distanciamento social e os cuidados com o nosso pessoal. Nos primeiros dias de 2021, registramos uma importante transformação administrativa no Instituto, com a saída de nossa consultora executiva [...] para assumir a Secretaria de Educação de Porto Alegre, e a passagem da coordenação dos trabalhos para a gestora-executiva [...], com o apoio de [...]. Somos muito gratos aos três pela dedicação e pelo compromisso com a nossa crença de que a educação continua sendo o instrumento mais eficiente para a construção de um futuro digno às próximas gerações. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 9.**

A humanidade, graças a ciência e as vacinas, começou a superar a fase mais aguda e mais dolorosa da pandemia. O Brasil, apesar o negacionismo de alguns setores, também avançou na imunização da população e na perspectiva de normalidade. O Rio Grande do Sul administrado com sensatez nos últimos anos, resgatou o direito de sonhar com tempos melhores. E nossa [FUNDAÇÃO], depois de um período dedicado ao auxílio emergencial da população mais vulnerável aos efeitos da pandemia, retomou a sua missão de investir prioritariamente em educação - na nossa visão, principal instrumento de transformação social de desenvolvimento e de fortalecimento da democracia. Ao mesmo tempo, passamos por mudanças internas e por reformulações que reforçam ainda mais a nossa estratégia de formar gestores, incentivar jovens estudantes e utilizar a tecnologia para qualificar o ensino. Este relatório contempla as ações que desenvolvemos no ano passado com os propósitos referidos. A eles e aos demais conselheiros, colaboradores e parceiros manifesto aqui minha profunda gratidão por contribuírem, com trabalho e dedicação, para que a [FUNDAÇÃO] continue sendo protagonista deste momento de retomadas. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1 - TRECHO 10.**

Nós, da [FUNDAÇÃO], somos uma Organização da Sociedade Civil com Interesse Público (OSCIP) que promove ações de educação, cultura, assistência social e segurança no trânsito para transformar vidas. Além dos programas que mantemos regularmente, com foco na educação para segurança no trânsito e em crianças e adolescentes, atendidos na modalidade de Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos (SCFV), também colaboramos com ações pontuais nos momentos em que a comunidade mais necessita, buscando sempre ajudar quem está próximo. O ano de 2020 foi emblemático para todos os setores, em função da pandemia que assola o mundo. Especialmente as populações que já se encontravam em situação de vulnerabilidade, sentiram mais profundamente seus reflexos. O fortalecimento de parcerias entre os setores público, privado e organizações da sociedade civil, assumiram grande importância diante do entendimento de que era necessário gerar uma cultura de cooperação, para a melhoria das situações de vida destas pessoas. Ações e campanhas enriqueceram a implementação da política de assistência social em todo o país, e a [FUNDAÇÃO] não ficou fora dessa corrente do bem, mantendo-se atento às necessidades dos usuários de seus programas, assim como da comunidade. Durante o ano, foram realizadas várias campanhas de alimentos, estimulando a adesão dos funcionários das Empresas [...] e da comunidade [...]. A [FUNDAÇÃO], junto às Empresas [...], também viabilizou junto a destinação de 1 milhão de reais, via Lei da Solidariedade, para editais da Secretaria do Trabalho e Assistência Social do Estado, voltados a projetos de atendimento a pessoas em situação de rua e de projetos de geração de trabalho e renda para famílias em situação de vulnerabilidade. Visando manter a renda de milhares de pessoas que fazem parte da cadeia produtiva da cultura e do esporte, o Instituto se fez representar na comissão de avaliação de projetos incentivados das Empresas [...], com um olhar mais voltado ao impacto social destes projetos. Muitas atividades dos programas foram adaptadas em função de exigências do distanciamento social, mas os resultados colhidos foram recompensadores. De 2020, ficou o aprendizado e a certeza da capacidade de adaptação, união, de resiliência e realização e que há a necessidade de se seguir na busca de alternativas, de novos desafios para a implementação e alcance da inclusão, e promoção do desenvolvimento social **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2 - TRECHO 1.**

Em 2021 marcou mais um importante ano na evolução da atuação da [FUNDAÇÃO] em benefício da cidadania e do desenvolvimento social. Realizamos com êxito a retomada das atividades presenciais

de todos os nossos programas, promovendo ações de educação, cultura, assistência social e segurança no trânsito para transformar vidas, zelando sempre pela segurança e bem-estar de nossa equipe e das pessoas beneficiadas pelo nosso trabalho. Apesar dos desafios impostos pelo cenário da pandemia de covid-19, trabalhamos ao longo de todo o ano, de forma online e presencial, para garantir que nossa organização, alinhada as diretrizes das Empresas [...], nossa principal mantenedora, continuasse a atender a comunidade onde estamos inseridos, gerando prosperidade para todos. Com foco na continuidade dos resultados alcançados, na perpetuação dos valores da [FUNDAÇÃO] e das Empresas [...], na valorização das pessoas e no crescimento da nossa atuação, encerramos 2021 com resultados positivos, consolidando parcerias e almejando alçar novos voos em 2022. Agradeço a todos que contribuíram para mais um excelente ano na história e desejo uma boa leitura a todos! **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2 - TRECHO 2.**

A história da [FUNDAÇÃO] tem início em [...]. Nossos valores, entretanto, foram definidos muito antes, ainda na China, terra natal do nosso fundador [...] e sua esposa [...]. Assim como seus antepassados, [...] foram influenciados pelo confucionismo e sempre prezaram os valores da educação e da reciprocidade. Foi com isso em mente que buscaram maneiras de retribuir ao Brasil, país que os acolheu em 1951 e que os permitiu formar uma família, construir empresas e prosperar. Das ações pontuais, ligadas à saúde, ao empreendedorismo e à cultura, concluíram que a maior contribuição que poderiam dar para a transformação do país era por meio do investimento na educação. Surgiu assim a [FUNDAÇÃO]. O pontapé inicial foi a concessão de bolsas de estudo a jovens com destacada atuação acadêmica, perfil de liderança e capacidade para atuar em benefício da sociedade. Já em 1995, os primeiros três bolsistas foram cursar MBA nos Estados Unidos. No ano seguinte, foram sete. A rede foi crescendo e hoje são centenas de pós-graduados, muitos em posição de evidência no cenário nacional e internacional, enfim, pessoas que estão fazendo a diferença. Se os programas de pós-graduação representam o incentivo para aqueles que já se sobressaem profissionalmente abrirem sua mente para novas ideias, outros programas de bolsas voltados a alunos da graduação, ensino básico e médio foram criados como uma janela de oportunidades para pessoas com currículo destacado e vontade de desenvolver suas aptidões, mas sem condições econômicas de estudar nas melhores instituições. Em 2014, ampliamos a nossa atuação. O mesmo princípio da retribuição levou a família a criar o nosso Centro Cultural, em Porto Alegre. Um lugar especial cheio de contemporaneidade, para acolher pessoas que desejam alimentar a alma através da busca pelo conhecimento, do descobrimento de novas perspectivas e da troca de ideias, de maneira simples e prazerosa. Criamos um ambiente acolhedor que reúne: o saber em nossos cursos e eventos; arte e cultura em nossa galeria e espaços multiuso; o sabor da gastronomia; uma arquitetura incomum. No ano seguinte, ganhamos uma nova frente de atuação, a saúde. Unindo-se à iniciativa da Associação Hospitalar Moinhos de Vento, apoiamos a implantação do Centro de Oncologia [...], referência internacional em prevenção, diagnóstico e tratamento do câncer. E, em 2019, estabelecemos parceria com a Santa Casa de Misericórdia, contribuindo para a construção de um novo prédio para o complexo hospitalar em Porto Alegre. Em 2020, a pandemia da Covid-19 impactou a todos, e não foi diferente com o [...]. Os principais programas de bolsas de estudo tiveram continuidade, mas o centro cultural foi fechado ao público em 18 de março daquele ano. Foi o momento de lançar a programação on-line, aumentando seu alcance e permitindo a participação de público de localidades diversas do estado, do país e até do exterior, e de reformulação do site institucional, que passou a contar com galeria de vídeos e conteúdo complementar à programação. Em 8 de setembro de 2021, os momentos de encontro e convívio voltaram: seguindo os protocolos sanitários para garantir a segurança de todos, o centro cultural reabriu ao público trazendo atrações nacionais e internacionais, exposição de arte e com novo parceiro na área de gastronomia, o Chef Lúcio. Nossa programação cultural inclui agora eventos presenciais, on-line e ainda no formato híbrido. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 1.**

A [FUNDAÇÃO] que encerra o ano de 2021 é uma entidade que demonstrou seu amadurecimento, bem como capacidade de crescer e se aperfeiçoar em um cenário marcado pela incerteza. Ainda sob o impacto da pandemia da Covid-19, mas sem o fator surpresa que caracterizou 2020, o planejamento do ano foi construído sob os seguintes fundamentos: Inovação – exploração de diversos formatos de atividades, com novos parceiros e públicos, aproveitando em especial o potencial do ambiente online e o aprendizado do ano anterior. Excelência – esforço contínuo para garantir qualidade, tanto na seleção de talentos – através dos processos de bolsas de estudo –, como na programação – através dos artistas e professores convidados, dos conteúdos abordados e do atendimento aos requisitos técnicos nos eventos presenciais ou virtuais. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 2.**

Olhar atento ao redor – busca por pautas de crescente interesse da comunidade, como diversidade, sustentabilidade e questões de gênero, ganharam mais espaço na programação. Responsabilidade

e prudência – prioridade à saúde e segurança de colaboradores, clientes e parceiros. A reabertura total do centro cultural ocorreu somente em 8 de setembro, em um cenário de controle da pandemia e amplo alcance da vacinação.

Flexibilidade – planejamento tanto dos processos de bolsas de estudos quanto da programação cultural de modo a serem a se adaptarem a diferentes formatos, conforme as circunstâncias demandassem. Otimização dos recursos – procurar sempre fazer mais e melhor com menos, seja na manutenção predial, nas despesas administrativas, nos processos seletivos ou na produção dos eventos da programação, mesmo estando com boa parte dos custos coberta via recursos de incentivo fiscal, no caso do Plano Anual, ou doação das empresas [...]. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 3.**

Sinergia – busca crescente por pontos de confluência entre o centro cultural e área de bolsas de estudo, resultando em atividades protagonizadas por bolsistas e voltadas ao público em geral, entre outras ações conjuntas. Flexibilidade e otimização de recursos foram especialmente importantes: pela primeira vez desde 2017, não se obteve a aprovação do Plano Anual de Atividades para 2022 devido à mudança na forma de avaliação de projetos por parte do governo federal, o que, na prática, limitou a aprovação de planos plurianuais a museus públicos e excluiu entidades como o [FUNDAÇÃO]. Para fazer frente a essa situação, foram celebradas parcerias com produtores locais e entidades de projeção nacional, como Osesp e Museu de Amanhã, para a realização de eventos no centro cultural ou online. Além disso, até o final do primeiro semestre será possível realizar atividades previstas e custeadas pelo Plano Anual 2021. Dessa forma, está garantida uma programação inédita, variada e de qualidade nos próximos 12 meses. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 4.**

O planejamento do próximo ano, realizado ao longo de 2021, prevê que a maior parte de atividades ocorra no formato presencial, incluindo programação cultural, processos seletivos de bolsas e eventos de networking da rede de bolsistas. Embora tenha sido a solução viável para momentos de público reduzido, haverá sensível diminuição na oferta de eventos híbridos em 2022, uma vez que o custo é alto para garantir uma boa qualidade técnica de transmissão e a presença de equipamentos e técnicos de filmagem por vezes prejudica a experiência da plateia local. Mais ainda, considera-se a experiência presencial imprescindível na vocação do centro cultural como um local de convívio e fruição. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 5.**

A plataforma YouTube foi a principal ferramenta de divulgação dos conteúdos da programação do [...] em 2021, alcançando 6.923 seguidores, o que representou um crescimento de 139% em relação ao ano anterior. Os vídeos tiveram 103.986 visualizações, número que inclui vídeos públicos, privados e não listados, uma alta de 171% em comparação com 2020. Essas visualizações resultaram em mais de 30 mil horas de exibição, indicador que mede o tempo que os espectadores ficaram assistindo aos vídeos do canal. A abertura da Formação em Arte e Tecnologia, no dia 15/3, foi o evento mais visto do canal. Foram 6.647 visualizações da aula magna ministrada por [...], curador da 13ª Bienal de Arte do Mercosul **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 6.**

O diretor [...] recebeu no dia [...] a Medalha do [...], maior honraria atribuída pela Assembleia Legislativa do [...], por sua atuação empresarial e em projetos filantrópicos, com destaque para a [FUNDAÇÃO]. O proponente da homenagem foi o deputado estadual [...] (...), bolsista do programa Global [...] em [...]. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 3 - TRECHO 7.**

[...] É transparência que chama! Mas vai além disso: queremos que você nos conheça, perceba valor no nosso trabalho e confie na gente. Mudar o mundo não é algo que se faça sozinho, não é mesmo? Então quem sabe não podemos contribuir um pouco mais se juntarmos forças e conhecimentos... Pois bem: sintá-se em casa e aproveite! Se tiver alguma dúvida ou sugestão, somos todos ouvidos. Aliás, você vai ver que isso é uma coisa que adoramos fazer: escutar de verdade. Os contatos estão aí na página ao lado. Pode mandar um email, uma mensagem nas redes sociais ou até fazer à moda antiga e nos telefonar! **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 1.**

Quando as cortinas de 2019 se fecharam, já sabíamos o que esperar de 2020: um dos anos mais sensíveis da história da [FUNDAÇÃO]. Pela primeira vez em mais de duas décadas, a nossa organização caminharia sem a liderança da fundadora, [...], dado que chegava a hora do processo natural de sucessão. Além disso, passaríamos por uma ruptura de modelo: a nossa nova forma de atuar, que é focada em cocriação, e não em soluções prontas, ganharia de vez o protagonismo, com a missão de potencializar a capacidade de impacto, a sustentabilidade e a perenidade da organização. Em condições normais de pressão temperatura, portanto, 2020 era nada menos que um TESTE DE FOGO para a nova Governança e para as novas ideias da [FUNDAÇÃO]. Mas tinha mais emoção pela frente. Não bastassem todos esses desafios, surgiu a pandemia - um elemento surpresa que transformou a tempestade perfeita em um tsunami completo. É até desnecessário nomear todas as complicações trazidas pela crise de saúde. Para nós, foi um tempo de incertezas,

dificuldades e muito trabalho. Mas, quem diria?, também de boas surpresas! Desses tempos revoltos, saímos inesperadamente mais fortes. E não se trata de otimismo de ocasião. É um fato verificável – no resultado das nossas entregas, no equilíbrio das nossas finanças, na dinâmica do nosso dia a dia. Hoje, temos mais a oferecer aos nossos parceiros e à sociedade. Com um modelo mais ágil, diversificado e digital, ampliamos nosso escopo de atuação, aumentamos nossa rede de parceiros, geramos mais impacto social positivo e nos tornamos mais sólidos. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 2.**

Dozes meses depois, podemos dizer, com alívio e orgulho: “deu certo”. Fizemos a travessia. A história de como chegamos até aqui está contada com mais detalhes nas próximas páginas. Fica o nosso convite para essa leitura, que é na verdade uma jornada de quatro etapas. Na primeira, queremos que você saiba quem somos e qual é a nossa proposta; na segunda, que se conecte com o que fazemos; na seguinte, que entenda por que pode confiar na gente; e, por fim, que tenha conhecimento de todas as formas de caminhar conosco, lado a lado, na construção de um mundo mais inclusivo, justo e sustentável para todos. Só juntos transformaremos a realidade. E queremos que você venha com a gente! **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 3.**

Deixe-nos contar um pouco sobre nós! Nossa organização, a [FUNDAÇÃO], foi criada em 1997, a partir de uma convicção dos fundadores: a de que a Responsabilidade Social Individual (RSI) tem o poder de transformar o mundo em um lugar melhor para as pessoas viverem. Os primeiros passos, portanto, foram voltados a estimular e mobilizar para a RSI, por meio do voluntariado. Mas logo entendemos que poderíamos ir além. Notamos que não faltava gente disposta a trabalhar pelo bem do outro, mas muitas vezes as experiências não prosperavam porque faltava método. Isso nos levou a uma outra fase, na qual desenvolvemos tecnologias sociais para ajudar as camadas do tecido social a amplificar seu impacto. Foi então que assumimos de vez a vocação de organização meio e passamos a apoiar o trabalho de responsabilidade social de escolas, empresas, Organizações da Sociedade Civil (OSCs), governos e de indivíduos. Com esse modelo, criamos valor para milhões de pessoas em várias partes do Brasil, por meio de soluções bem sucedidas, como Tribos nas Trilhas da Cidadania e a capacitação Educando Para a Transparência. Mas vimos que a curva de aprendizado estava apenas no começo. Não podíamos permanecer iguais em um mundo que passava por transformações profundas e ficava cada vez mais complexo. Ao longo da nossa jornada, compreendemos que cada parceiro, assim como cada projeto, é único. E que é mais poderoso construir respostas sob medida junto com os envolvidos do que buscar uma solução pronta em um repertório de metodologias. Não se trata de desprezar o passado, mas de valorizar as experiências anteriores como um ponto de partida, e não necessariamente de chegada, em um processo estruturado de cocriação. E então chegamos à [FUNDAÇÃO] como ela é hoje: mais do que especialistas em voluntariado ou em tecnologias sociais, somos uma organização com excelência em escutar, decodificar, cocriar e implementar soluções. É assim que colaboramos com empresas, OSCs, escolas, universidades, governos e indivíduos para criar uma sociedade mais justa e sustentável para todos. A [...] é uma empresa de celulose presente em mais de 60 municípios brasileiros. Para a companhia, construir uma convivência harmoniosa com as comunidades locais não é uma frase de efeito: é O compromisso. Nos últimos dois anos, apoiamos a organização nesse desafio. Juntos, criamos uma abordagem sistêmica, que envolve os principais públicos da marca nesses territórios. Em 2019, desenvolvemos uma metodologia de escuta e relacionamento com as comunidades e capacitamos a equipe interna a aplicá-la. Ia desde mapear as demandas até fazer a análise de relevância e criar planos de ação. No ano passado, trabalhamos com associações de moradores e com os conselhos do Idoso e da Criança e do Adolescente - que têm alto impacto na vida local. Fizemos um diagnóstico das suas necessidades de gestão e, a partir disso, uma capacitação - que auxiliou a qualificar o diálogo interno e a viabilizar investimentos. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 4.**

Também em 2020, realizamos um estudo que recomendava formas de promover a inserção econômica e social das comunidades, com sugestões de projetos. No total, o trabalho rendeu 1.864 horas de escuta, em 95 comunidades. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 5.**

SOLIDARIEDADE NA PANDEMIA Em parceria com o Governo do Rio Grande do Sul, a [FUNDAÇÃO] decidiu investir na segurança alimentar de grupos vulneráveis no estado, distribuindo vouchers alimentação. Havia, no entanto, um desafio na operacionalização, da identificação das famílias elegíveis à entrega física dos cartões. Foi então que nos juntamos ao projeto. Com a nossa experiência, articulamos uma rede colaborativa que cruzou grandes volumes de dados e viabilizou a seleção dos beneficiários. Além disso, coordenamos os fluxos entre todos os parceiros e agentes do programa. De quebra, fazendo uso da nossa rede de unidades, que nos dá grande capilaridade, conseguimos acompanhar e assessorar as entregas mais complexas. Ao final, esses esforços

transformaram uma grande ideia em uma grande entrega: a iniciativa beneficiou 1.997 famílias e o aporte de recurso foi na ordem de R\$ 600 mil. RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 6.

QUALIFICAR PARA IMPACTAR Sabe a expressão “fazer cabelo, barba e bigode?” Aqui está um exemplo! Em 2019, a Cummins buscava empoderar lideranças sociais na região de Guarulhos (SP). Diante disso, construímos e executamos em conjunto uma agenda COMPLETONA: não só mapeamos as OSCs locais como diagnosticamos o seu estágio de desenvolvimento (por meio do Instrumento de Maturidade, uma solução que cocriamos com outros parceiros) e ainda preparamos formações específicas para as suas necessidades. No ano passado, a formação teve continuidade com o módulo INOVA OSC, focado em Design Thinking, metodologias ágeis e sustentabilidade. E não parou por aí! No início de 2021, as participantes apresentaram os projetos desenvolvidos no curso a um pool de empresas articulado por nós e pela Cummins, para que buscassem a sustentabilidade de suas causas. Estiveram presentes a [...]. RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 7.

Quem também buscou qualificar OSCs foi a [FUNDAÇÃO]. Anualmente, a sua equipe seleciona projetos sociais para investir. Mas, no caminho, enfrenta uma dificuldade: a falta de cultura de prestação de contas no Terceiro Setor, que prejudica as análises. Para contribuir, desenvolvemos o curso “Educando para a Transparência”, com o ICSHG e a FEA-USP, focado em gestão e accountability. Em 2020, 36 lideranças foram capacitadas. Com a melhora na gestão decorrente do curso, 40% das OSCs participantes aumentaram suas receitas. TEM MUITO MAIS! Para conhecer outros casos, visite nosso site. Lá você vai saber, por exemplo, como a Cofco, presente em mais de 30 países, usou o voluntariado organizado para resolver duas aspirações com uma cartada só: potencializou o impacto social para os públicos estratégicos e, ao mesmo tempo, integrou, mobilizou e engajou suas equipes. Estamos te esperando Você recorda o que estava fazendo lááá em 2003? Aqui, a gente lembra com carinho! Estávamos lançando uma das nossas iniciativas mais importantes: Tribos nas Trilhas da Cidadania. Na época, as escolas buscavam soluções para cumprir a Lei de Diretrizes Bases, que havia definido a cidadania como fim último da educação – o que exigia incorporar ao projeto pedagógico atividades de responsabilidade social. Em diálogos com instituições de ensino, vimos que existia dificuldade em oferecer aos alunos experiências de cidadania. Foi então que desenvolvemos a nossa solução. A proposta era tornar os alunos protagonistas. Entre outras ações, eles tinham que formar as tribos (grupos de trabalho), escolher uma trilha (Educação pela Paz, Meio Ambiente ou Cultura) e implantar projetos para a comunidade. Executamos a ideia em escolas de todo o Brasil. Ao fim de 2019, 174 MIL ALUNOS já haviam participado. Até que, em 2020, surgiu a pandemia. Ali, entendemos que era a hora de efetivar a aspi “Me sinto uma pessoa melhor e capaz de mudar o mundo. Estou saindo transformada.” [...], aluna de Tupanciretã de tornar Tribos uma ação digital. Para isso, mobilizamos um time de jovens. Eles elaboraram uma nova proposta, que preservava a essência, mas transformava o método, com TODAS as etapas online. O primeiro passo continua sendo mobilizar a equipe diretiva das instituições de ensino e educadores. No novo formato, oferecemos a esse público uma formação online, com chancela da Unesco, que o estimula a abordar em aula temas como empreendedorismo, liderança e responsabilidade social. Os estudantes também recebem uma capacitação, voltada a despertar o protagonismo para transformar positivamente a realidade em que vivem. Após essa fase, eles recebem a missão de formar uma Tribo – grupo de alunos e educadores que periodicamente faz ações na comunidade. A solução começou com tudo: em 2020, foram 173 professores e 399 alunos capacitados e mais de 150 ações implantadas. E o mais bacana foi o enorme alcance: Tribos chegou a NOVE estados (BA, ES, MS, PR, PE, RS, SP, SC e TO). Agora que você já nos conhece melhor tenha percebido: aqui na Parceiros, nós exerce mos um tipo de atividade que só é possível se, talvez - houver CONFIANÇA por parte da sociedade. RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 8.

Sem credibilidade, não seria possível formar parcerias com outros agentes do tecido social, não haveria redes de cooperação, tampouco haveria apoiadores ou mantenedores para dar o suporte necessário. No fim do dia, é a segurança dos stakeholders de que somos uma organização ética, profissional e geradora de resultados que sustenta tudo. Mas, então, como fazemos para construir confiança? Para nós, com dois fatores: uma boa GOVERNANÇA e muita TRANSPARÊNCIA! Esses dois elementos criam mecanismos para garantir que os envolvidos vão seguir rigorosamente a legislação e as boas práticas; elaborar uma visão de longo prazo atenta a riscos; e maximizar a eficiência dos trabalhos. Então dá uma olhadinha logo ao lado no nosso modelo de Governança e prestação de contas: Chegou a hora: depois de quatro anos de preparação, realizamos pela primeira vez o movimento de sucessão na - nossa liderança. Mas não qualquer sucessão. Por [...]Janos, a [...] foi dirigida com empenho e paixão pela fundadora. RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 9.

Até 2017, isso se deu pelo sistema presidencialista. No ano seguinte, já vislumbrando o momento da passagem de bastão, evoluímos para um sistema de colegiado, com a criação do Conselho de Administração.

[...] presidiu o Conselho no primeiro mandato para dar mais suavidade à transição. Até que em março de 2020 iniciou-se um novo ciclo, no qual a presidência ficou a cargo de [...] Ele tem [...] anos, é engenheiro agrícola e empresário tem uma história de dedicação à [FUNDAÇÃO] de mais de 20 anos. Enquanto isso, [...] segue contribuindo, agora como integrante regular do Conselho. Vamos falar sem rodeios: competência de uma empresa ou OSC dá um trabalhão. O caminho mais comum é verificar avaliar a seriedade e os relatórios e demonstrações contábeis, se debruçar sobre a governança, mergulhar nos resultados e checar o histórico. Ufa! E às vezes esse é só o começo! Mas aqui está uma boa notícia: há uma forma oportuna e legítima de acelerar e complementar a pesquisa. Dá para pegar um atalho e incorporar na análise o trabalho prévio realizado por entidades de grande prestígio - geralmente com recursos e conhecimento para fazer esse escrutínio de forma especializada. Na nossa visão, este é o maior valor das chancelas e prêmios que recebemos ao longo da história. É para gerar confiança na sociedade e acelerar a formação de redes de cooperação que buscamos o reconhecimento de instituições idôneas. Essa confiança é parte de um fator essencial no desenvolvimento de um país, chamado CAPITAL SOCIAL! Quando ganhamos o respaldo da Unesco, da Fundação Schwab ou como a mais recente, do Pacto Global da ONU, sabemos que isso dá segurança a outros agentes da teia social e resulta em mais parcerias, mais redes colaborativas e mais benefícios concretos para as comunidades. No fundo, a gente não enxerga nem toca a confiança, mas sabe que ela está lá. E que é ela que faz a mágica acontecer! Então vamos ao que interessa: conheça a seguir algumas das nossas chancelas e prêmios É para gerar confiança na sociedade e acelerar a formação de redes de cooperação que buscamos o reconhecimento de instituições idôneas. CHANCELAS PRINCIPAIS PRÊMIOS 100 Melhores ONGs para se Doar – 20[...]; Selo ONG Transparente, do Instituto Doar – 20[...]; Finalista do Prêmio Itaú-Unicef – 20[...]; Prêmio Empreendedor Sustentável – 20[...]; Prêmio ODM Brasil – 20[...]; Best Practices Award Dubai International – 20[...]; Prêmio Tecnologia Social Fundação Banco do Brasil – 20[...]; Prêmio Conselho Municipal de Ciência e Tecnologia – 20[...]

RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 10.

Nosso jeito de contribuir para a construção de um mundo mais justo e sustentável é fortalecer a teia social. Para isso, apoiamos e articulamos pessoas e organizações que querem criar ou maximizar seu impacto positivo para a sociedade. Dizem que o riso é altamente contagioso. Basta vermos uma boa gargalha da para cairmos na risada também. E tem até explicação científica para isso: a replicação se deve aos chamados neurônios-espelho, que tendem a copiar o comportamento dos nossos interlocutores. Aqui na [FUNDAÇÃO], ao longodos nossos 25 anos de atuação, descobrimos por meios empíricos outro comportamento com alta taxa de contágio: o exercício da cidadania.

RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 1.

Quem já teve a experiência de trabalhar por uma causa social sabe que a felicidade e a satisfação que tomam conta da gente nessa hora são irresistíveis e inspiram aqueles que estão ao nosso redor. Fazer o bem, portanto, não é algo que se esgota na gente mesmo. É uma atitude que se espalha como uma onda de transformação, de pessoa para pessoa, de organização para organização. Na [FUNDAÇÃO], nós acreditamos que essa capacidade de propagação da Cidadania potencializa nosso impacto. Temos a pretensão de mudar o nosso mundo e sabemos que essa não é tarefa para se realizar sozinho. Por isso, queremos despertar mais pessoas, empresas e outras organizações para o empreendedorismo social. É isso o que temos feito: inspirar para a cidadania, cocriar para maximizar a criação de valor e articular para que a teia social trabalhe em conjunto e com mais força.

RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 2.

Em 2021, com o prolongamento da pandemia e o aprofundamento de desequilíbrios sociais, mais do que nunca os diversos atores da sociedade precisaram se unir e compartilhar experiências para alcançar seus objetivos de desenvolvimento sustentável. Nós entendemos esse cenário e nos disponibilizamos a usar nosso repertório como um ponto de partida para cocriar e apoiar pessoas e organizações que buscavam trilhar o caminho do empreendedorismo social. Foi um ano duro e, ao mesmo tempo, muito produtivo. Realizamos mais de 25 mil horas de assessoramento a empresas, que beneficiaram 150 mil pessoas; apoiamos 2.280 alunos em vivências para a cidadania; certificamos 750 lideranças sociais em capacitações; e muito mais. Sabemos que não é suficiente para a complexidade dos desafios sociais do Brasil, mas vemos em cada pessoa, em cada ação, em cada sorriso o início de uma nova onda de cidadania - e nos enchemos de esperança. Em 2022, vamos continuar a pisar no acelerador. Para contribuir com o País e para fazer jus à jornada da [FUNDAÇÃO], que chega ao seu 25º aniversário. Nosso muito obrigado a todos que junto conosco fizeram parte desta história! Não sei se você se lembra: quando o ano de 1997 se iniciou, o Brasil

vivia um momento bastante peculiar. Já se passavam quase dez anos desde a retomada das eleições diretas e dois desde o fim da superinflação. Naquele contexto, duas realidades coexistiam. De um lado, estavam os problemas sociais profundos; de outro, ganhava corpo uma consolidação democrática e institucional, que trazia esperança e otimismo. Era um terreno fértil para que a própria sociedade civil se organizasse e passasse a atuar com protagonismo no combate às mazelas sociais. E esse movimento, na verdade, já estava acontecendo - e com um entusiasmo que o tornava irreversível. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 3.**

Em 1995, a antropóloga Ruth Cardoso liderava a criação do Programa Comunidade Solidária, como um instrumento para promover a participação cidadã. Era uma estratégia inovadora, que objetivava revelar caminhos para a luta contra a pobreza. Na promoção do Voluntariado, foram criados cerca de 150 Centros de Voluntariado espalhados pelo País. Nesse ambiente efervescente, repleto de novos projetos, nasceu também a nossa organização: a [FUNDAÇÃO]. A iniciativa foi da empreendedora social [...], com o empresário [...] e o médico Dr. [...]. A proposta era desenvolver a cultura do trabalho voluntário organizado como um dos caminhos para a cidadania. Isto é: ser o elo entre quem desejava se aproximar de uma OSC (Organização da Sociedade Civil) para ser voluntário e as OSCs que necessitavam de recursos humanos voluntários. Éramos o elo entre vontades e necessidades. Desde então, nunca tivemos medo de mudar: adotamos novas formas de gestão, novas soluções, novas parcerias e até novos campos de atuação. Também passamos a trabalhar com escolas, empresas e governos e fomos muito além do voluntariado - apoiando com tecnologias sociais e cocriações todos que buscassem gerar valor para a sociedade. O que jamais mudou foi a atitude de quem sabe que “o futuro não é um lugar para onde estamos indo, mas um lugar que estamos criando”. E que “o caminho para lá não é encontrado, mas construído, e o ato de fazê-lo muda tanto o realizador quanto o destino”. Aqui na [FUNDAÇÃO], nosso sonho é construir um mundo mais justo e sustentável, onde todas as pessoas possam viver com dignidade e desenvolver seus potenciais. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 4.**

Mas sabemos que esse é um desafio que não se vence sozinho. Não há qualquer pessoa, organização ou governo que seja capaz de transformar a sociedade por conta própria, num passe de mágica. Então, qual a solução? Como podemos contribuir de maneira relevante? Nossa visão é de que o único caminho para resolver os desafios sociais mais complexos e estruturantes é contar com todas as camadas do tecido social trabalhando em conjunto, em uma grande rede colaborativa. Esta é, portanto, a essência da nossa atuação. Não podemos. Nosso trabalho toca Coração & Mente: mobilizamos os atores da sociedade para o desenvolvimento Social (Coração) e aportamos e adaptamos ao Terceiro Setor as melhores práticas de gestão e governança (Mente) do setor privado. solucionar todos os problemas, mas podemos colaborar de forma estratégica no objetivo de tornar essa rede mais coesa, forte e preparada para transformar a realidade social. Como uma organização meio que busca fortalecer a teia social, nosso papel se divide em três frentes principais Inspirar mais pessoas e organizações a exercerem a cidadania e descobrirem sua vocação para o empreendedorismo social; Apoiar aqueles que já estão em ação para que maximizem seu potencial de criar impacto positivo; E articular os atores para que atuem em sinergia. Dessa forma, potencializamos, por meio do nosso assessoramento, as atividades desenvolvidas pelas OSCs que atuam na realização das políticas públicas. Com soluções e projetos, cooperamos com as empresas, governos e voluntários na sua prática social, alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). de todas as causas Todo time quando entra em campo tem uma estratégia e um estilo de jogo que refletem a sua identidade. Conosco acontece exatamente do mesmo jeito. Para apoiar as pessoas e organizações que buscam criar valor social, nós desenvolvemos um método baseado nos nossos valores, visão de mundo e competências. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 5.**

Como contamos no capítulo anterior, somos uma ONG que acredita no poder da colaboração - e, portanto, tem vocação para construir em conjunto, e não para fazer as coisas sozinhos. É exatamente nessa premissa que a nossa metodologia se baseia. O processo que usamos regularmente na nossa atividade é estruturado em cinco etapas: escutar o parceiro ou cliente (seja uma empresa, escola ou qualquer agente); entender as suas necessidades; articular a participação de outros agentes e cocriar uma solução; acompanhar e apoiar a implantação; e comunicar os aprendizados. Com este método focado em cocriação, usamos nossa experiência como ponto de partida, mas não necessariamente como ponto de chegada. Dessa forma, desenvolvemos soluções customizadas para cada realidade e que unem e fortalecem as camadas da teia social. É assim que colaboramos com empresas, escolas, OSCs e governos, mas principalmente com o desafio mais amplo da sociedade, de construir um mundo mais justo e sustentável. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 6.**

UMA JORNADA PELO SOCIAL! Nos últimos anos, encontramos histórias que seguem este roteiro. Em alguns casos, o personagem é uma liderança social; em outros, empresas, escolas e outros tipos

de organizações. Na nossa visão, compreender a jornada é essencial para participarmos adequadamente do desafio de cada cliente. Dessa maneira, cooperamos para que todos prosperem como empreendedores sociais. Vamos mostrar exemplos a seguir! Com a busca acelerada das empresas por atingir a excelência nos aspectos ESG (sigla em inglês para Ambiental, Social e Governança Corporativa), temos sido demandados com cada vez mais frequência por companhias que buscam potencializar o seu impacto social positivo. Em 2021, tivemos a alegria de participar de diversas jornadas, como a [...]. O objetivo era contribuir com o desenvolvimento dos territórios onde está presente - mais especificamente em dez cidades nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul e Paraná. Dada essa distribuição geográfica dos territórios, a [...] entendeu que a maneira mais efetiva de apoiar as comunidades era trabalhando em parceria com as lideranças sociais locais, que já conhecem a realidade de cada cidade e têm trabalhos em andamento para enfrentar as questões sociais centrais. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 7.**

Havia, no entanto, um obstáculo: em muitos casos, as OSCs não estavam suficientemente preparadas para apresentar projetos com a qualificação e o detalhamento requisitados pela família antes de fazer um aporte financeiro. Por meio do método de cocriação, nós os assessoramos a encontrar e operacionalizar uma solução, que residia na combinação de dois programas: o Jornada de Aprendizagem e o edital Ideias para um Mundo Melhor. O primeiro era uma formação voltada à elaboração de projetos, separado em níveis básico, intermediário e avançado, de acordo com a maturidade da organização. O segundo, uma forma de selecionar e apoiar com recursos financeiros projetos sociais e ambientais que atuassem com o bem-estar comunitário. No Jornada de Aprendizagem, 506 lideranças sociais participaram das capacitações, das quais 84% foram certificadas. No Ideias para um Mundo Melhor, recebemos 40 projetos. Onze deles foram escolhidos pelas bancas avaliadoras e ganharam o apoio financeiro. Dessa forma, o tecido social ficou mais forte: as OSCs foram qualificadas, as comunidades foram beneficiadas por projetos de alto impacto e a [...] cumpriu com excelência a sua aspiração na rota do ESG. Com essa abordagem, não nos limitamos ao objetivo de atender a sociedade. Os Conselhos Municipais do Idoso e da Criança e do Adolescente são órgãos que desempenham um papel-chave na interlocução entre estado e sociedade. Entre outras funções, eles administram os fundos que são usados para promover os direitos e o bem-estar desses grupos, o que inclui ações desenvolvidas por organizações sociais. Muitos dos conselhos, no entanto, têm dificuldades para regularizar o seu fundo porque não dominam a legislação e o Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil (MROSC - Lei 13.019/2014). Além disso, alguns deles não conseguem atender etapas do processo de seleção e admissão das organizações sociais, como a elaboração de edital, análise de projetos e trâmites de repasse de recursos. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 8.**

Em contato com diversos desses órgãos, cocriamos e participamos da implantação de uma solução: um programa de capacitação sobre as normativas que regem a utilização de recursos dos Fundos Municipais. Com o apoio da Fundação Vale, levamos a formação para nove municípios do Pará e Maranhão onde a Vale está presente. Con tamos com a participação de representantes de 18 conselhos, o que abriu portas para que recebam aportes inclusive da própria mineradora. Dessa forma, com empresas, órgãos governamentais, empresas e OSCs trabalhando juntos, idosos e crianças e adolescentes serão beneficiados por mais projetos. Nos últimos anos da década de 90, recebi um chamado interno muito forte de criar uma organização que tivesse como foco o desenvolvimento, em nosso País, da cultura do trabalho voluntário, como exercício de cidadania. Para essa Missão convidei para estar comigo [...]. E assim foi criada a [FUNDAÇÃO]. Todos nós aprendemos, praticando, a fazer mobilização social, tendo por base os conceitos do sociólogo colombiano [...]. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 9.**

A [FUNDAÇÃO] partiu das perguntas: a) como se forma uma cultura de solidariedade? b) que papel joga a solidariedade na formação da cultura de uma sociedade? c) com que consequências? d) existe diferença entre “ser solidário” e “engajar-se como voluntário”? e) como se forma uma cultura de ação voluntária, isto é, uma cultura de envolvimento direto com melhoria social? Nesse período de 25 anos, a [FUNDAÇÃO] expandiu a sua VISÃO incorporando em sua responsabilidade a preocupação com a EDUCAÇÃO, GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES SOCIAIS, e a atual ESG, por intermédio do aperfeiçoamento de suas competências e da COCRIAÇÃO. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 4 - TRECHO 10.**

“Não tem como prever uma crise, mas é importante estar sempre preparado para uma”, essa é uma frase que dizemos em todos nossos treinamentos para os empreendedores e empreendedoras e que resume bem o ano de 2020. Foi um ano de grandes mudanças, não só causadas pela crise, mas também porque somos uma organização em constante reconstrução. Acreditamos sempre que podemos melhorar nossas entregas, por isso, a reinvenção faz parte do nosso DNA. Em abril, nem

um mês após o colapso da crise, nós já estávamos todos em home office, tínhamos revisado e adaptado todas as entregas de projetos junto aos parceiros financiadores, metodologias haviam sido criadas do zero - já que encontros presenciais não eram mais possíveis - , havíamos realizado três encontros com o ecossistema para pensarmos em soluções em conjunto, e estávamos com um portfólio específico para captação de projetos que pudessem amenizar a crise para os empreendedores e empreendedoras. Nós agimos rápido e conseguimos ótimos resultados no apoio na ponta, nossa avaliação nos trouxe a informação de que quase 42% dos empreendedores apoiados conseguiram manter ou aumentar seu faturamento, além de termos distribuído mais de dois milhões e oitocentos reais em forma de auxílio direto. 2020 também foi um ano de repensar nosso posicionamento sobre o racismo, olhando condutas e erros internos e trazermos o antirracismo como um princípio em tudo o que fazemos. Lançamos o nosso manifesto antirracista, mudamos nosso portfólio e criamos processos e indicadores internos que nos ajudarão a melhorar cada vez mais. Vivemos intensamente o processo ágil na gestão de projetos e passamos a refletir sobre nossa gestão de maneira geral. Como disse antes, não nos cansamos de mudar! 2020 foi um ano inspirador, pois nos provou que somos capazes de nos reerguer e aprender em meio às dificuldades e nos trouxe a vontade de fazer um 2021 muito melhor. Para esse ano, queremos aproveitar todos os aprendizados de 2020 e alavancar mais soluções inovadoras: investir nas plataformas do Tamo Junto, Empreender 360 e Guru de Negócios; fazer com que a nossa rede de mobilização seja cada vez mais poderosa; ter a certeza de que estamos ouvindo as necessidades dos empreendedores e empreendedoras, criando mecanismos de escuta e participação ativa nos processos de criação de soluções; e investir para que nossa marca seja cada vez mais forte, são os objetivos construídos com a nossa equipe para esse ano. Tenho total confiança de que com o pensamento ágil e a resiliência que construímos, nós conseguimos enfrentar qualquer crise para continuar tornando a vida dos empreendedores e empreendedoras cada vez mais fácil **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 1.**

Impulsionar microempreendedores é o que nos move. Acreditar na potência do microempreendedor brasileiro é o que define quem somos. Para nós, todas e todos os brasileiros são capazes de empreender por meio de relações justas. Olhamos para o empreendedorismo como uma forma de transformar o nosso país. Por isso, atuamos para capacitar, apoiar e estimular microempreendedores formais e informais em comunidades e periferias de todo Brasil. Agimos e existimos em função dessa parcela de trabalhadores que quase sempre caminham sozinhos, que colocam seus próprios nomes nas fachadas de suas casas e oferecem seus serviços e produtos, empreendendo com o que têm em mãos e com o que conseguem agarrar de conhecimento entregue por organizações como nós. Mas a [...] não se move sozinha. Para cocriar o protagonismo econômico e social, andamos de mãos dadas com empresas, institutos, fundações, governos, organizações sociais e outros diversos parceiros e apoiadores interessados nesta mesma causa. Nas próximas páginas deste relatório, você encontrará nossos esforços, projetos, ações e resultados ao longo dos 12 meses de 2020, um ano desafiador, por conta da pandemia da Covid-19, que nos provocou a buscar por maneiras novas, rápidas e eficazes de ajudar microempreendedores. Boa leitura! **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 2.**

Dados e Análise da Avaliação de Impacto Em 2020, junto com a organização Rede Conhecimento Social, realizamos uma pesquisa de avaliação de impacto com 661 empreendedores apoiados. O objetivo do estudo era medir os resultados obtidos pelos beneficiados 3 meses em média após o fim da sua participação no projeto e entender como podemos potencializar os nossos impactos. Essa pesquisa quantitativa foi complementada com um grupo de discussão, entrevistas em profundidade e um workshop de análise com a equipe da [...]. Esperamos que, a partir dos nossos aprendizados, outras organizações possam se inspirar e melhorar também as suas intervenções **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 3.**

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) dizem respeito às 17 metas globais criadas em 2015, por 193 líderes mundiais, para alcançar três objetivos em 15 anos, sendo eles:

- 1) Erradicar a pobreza extrema;*
- 2) Combater a desigualdade e a injustiça;*
- 3) Conter as mudanças climáticas.*

Para a causa que atuamos, esses são os objetivos que compactuam com a nosso trabalho **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 4.**

Em 2020, a plataforma [...], da [...], foi reconhecida e premiada em quatro categorias do Solve's Global Challenges, do Massachusetts Institute of Technology. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 5.**

A maior crise das últimas décadas afetou diretamente nosso público-alvo. Devido à pandemia, eles precisavam de soluções imediatas para se adaptarem ao novo cenário, e fomos atrás de como suprir

essa necessidade. Nós da [...] montamos um Comitê de Crise focado em reafirmar nosso compromisso com microempreendedores e entregar respostas e soluções rápidas para os afetados pela queda de consumo de seus serviços e produtos, ocasionando a diminuição de suas rendas. Foram quatro linhas de frente: O Tamo Junto é nossa plataforma online e mobile friendly com cursos gratuitos com certificados, videoaulas, artigos e ferramentas de gestão disponíveis para microempreendedores se empoderarem através do conhecimento. Inaugurado em 2014, o Tamo Junto foi fundamental para nos posicionarmos de maneira rápida e efetiva no período de pandemia da Covid-19. Ele tem sido, até o momento, nosso maior projeto para levar conhecimento aos microempreendedores enquanto ainda estamos neste momento tão atípico e que exige distanciamento. A plataforma cresceu em acessos e materiais por conta do impacto da pandemia. Atualmente são mais de 150 conteúdos gratuitos à disposição de empreendedores brasileiros e, em 2020, estendemos a plataforma e lançamos o Estamos Juntos, em espanhol, para levar nossos conteúdos aos venezuelanos e venezuelanas, migrantes de países vizinhos ao Brasil. Na última semana de março de 2020 reunimos mais de 50 empresas, organizações sociais, fundos de investimento e organismos públicos para pensarmos, em conjunto, soluções de auxílio aos microempreendedores, para que eles pudessem resistir à crise do Covid-19 que se alastrava e diminuir os danos econômicos e sociais. O trabalho com o ecossistema seguiu e mantivemos o foco em melhorar as condições de vida de microempreendedores. As discussões deram origem a três ofícios encaminhados aos ministérios da Economia e da Cidadania, e ao Banco Central com sugestões de solução para os seguintes pontos: - Acesso a crédito; - Transferência direta de renda; - Adaptação dos pequenos negócios ao cenário de crise; - Fortalecimento do ecossistema empreendedor; - Prevenção contra Covid-19 nas periferias para os informais. Nossa atitude repercutiu e deu início a debates com a Caixa Econômica e o Ministério da Cidadania sobre a capacitação e preparação desses empreendedores para a crise e pós-crise. Foram aceleradas as mudanças há tempos demandadas pelas organizações de microcrédito na legislação na PNMP e parceiros focaram investimentos na transferência direta de renda para os empreendedores mais afetados com a crise. O programa Tecendo Sonhos nos permitiu mapear e mobilizar 37 instituições que estavam trabalhando na produção de máscaras e EPIs, envolvendo micro e pequenos negócios, reunindo informações qualificadas sobre a produção de produtos têxteis para prevenção da pandemia da Covid-19. Para entregar esses conhecimentos seguros e práticos para os empreendedores seguirem com a produção regulamentada pelas instituições competentes, organizamos uma live que foi ao ar dia 14/05/2020. Nossa live com informações sobre as produções de máscaras cirúrgicas e máscaras de uso não profissional contou com a presença da: - ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária; - ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnica; - CVS - Centro de Vigilância Sanitária de São Paulo; - ABINT - Associação Brasileira das Indústrias de Não-tecidos e Tecidos Técnicos; - ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil; - Estilistas Brasileiros. Além da live, produzimos três vídeos em parceria com a OIT - Organização Internacional do Trabalho, com orientações para essa produção, higiene e cuidados em ambiente de trabalho e oportunidades para pequenas oficinas de costura em tempos de pandemia. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 6.**

O microempreendedorismo é uma das potências que movimenta o Brasil. Em 2021, expandimos a nossa atuação para seguir impactando quem mais precisa. Na busca por apoiar a recuperação econômica gerada pela crise pandêmica, otimizamos nossas ações digitais para entregar treinamentos e mentoria. Também desenvolvemos estratégias que consolidaram parcerias potentes e permitiram atingir cada vez mais o nosso público: pessoas em vulnerabilidade social que empreendem de maneira formal e informal, especialmente mulheres negras, que enfrentam ainda mais desafios no acesso à renda e serviços de educação e saúde. Num período em que o digital foi a nossa principal ferramenta, olhar a avaliação de impacto nos mostra que colocar a voz das microempreendedoras e microempreendedores atendidos em primeiro lugar sempre é o melhor caminho a seguir. Assim como temos conhecimento para transmitir, também aprendemos muito com o público beneficiado. A partir do olhar das empreendedoras e empreendedores, aumentamos o resultado do nosso impacto, que considera melhoria na qualidade de vida, empoderamento empreendedor e fortalecimento do negócio – e foi extremamente satisfatório perceber essa evolução a partir do olhar do empreendedor. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 7.**

Identificamos que os beneficiados valorizam a abordagem humanizada dos facilitadores da [...] e a metodologia de capacitação que utilizamos, considerando princípios da andragogia, a realidade do empreendedor e a facilitação de grupos. E por falar em trabalho coletivo, a rede de empreendedores criada durante uma capacitação faz diferença para os participantes, já que estimula a integração dos negócios, a troca de experiências e a construção de oportunidades entre os empreendedores. Também nos preocupamos em continuar atendendo o público de microempreendedores informais e

de periferia ou áreas rurais. No total, foram 20.477 empreendedoras e empreendedores apoiados, sendo que desses, 15.603 eram nosso principal público. Mesmo com a dificuldade de acesso à internet e a smartphones, pensamos em soluções viáveis para facilitar a participação nos treinamentos online, como por exemplo a compra de crédito para utilizar internet e a adaptação das capacitações acontecendo por meio de aplicativos leves já conhecidos pelos participantes, como o WhatsApp. Além de impulsionar o acesso aos meios digitais, outra metodologia que ganhou destaque em 2021 foi a do Cineclube. Com a retomada do presencial, conseguimos mesclar recursos digitais em turmas presenciais, por meio de parcerias estratégicas com o setor público. Esses polos presenciais foram responsáveis por mobilizar microempreendedores locais e participantes interessados no tema, projetar o treinamento ao vivo ou gravado - nossa equipe de facilitadores especialistas apresentando o conteúdo -, e na sequência promover um bate-papo presencial, a fim de compartilhar experiências e construir conhecimento juntos. Lembrando, é claro de sempre sugerir a continuidade do aprendizado em nossas plataformas digitais. Outro objetivo que direcionou o ano foi amplificar a autoridade de marca da Aliança Empreendedora. Para transmitir um discurso atualizado e coerente com as necessidades contemporâneas dos empreendedores e do ecossistema, revisamos nossos recursos e nossos KPIs, reestruturando também a equipe que avalia esses resultados. Entendemos que, para avançar apoiando o microempreendedorismo brasileiro, é fundamental olhar internamente e fortalecer a nossa própria casa. Apesar das adversidades, comemoramos várias conquistas no ano que se encerrou. Tanto em 2021 quanto em 2022, nossa missão é expandir a quantidade e a qualidade do nosso apoio. Ao final do relatório, você encontra mais informações sobre os próximos passos da Aliança. Agradecemos pela sua presença e seguimos juntos! **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 8.**

Junto com as organizações parceiras, desenhamos e implementamos projetos de impacto para microempreendedores de todo o Brasil. Além de alcançar grandes resultados para pequenos negócios, essa união também está construindo mudanças significativas na cadeia de valor e no relacionamento destas empresas com as comunidades do entorno. O valor social da empresa se estende para além de suas materialidades - nossos parceiros entendem esse conceito e se responsabilizam por impactar o entorno do negócio. Por isso, olham para as pessoas e comunidades não só como externalidades, mas como aliadas fundamentais na construção de uma economia justa e inclusiva. Por consequência, esse compromisso fomenta um modelo de negócio mais sustentável e duradouro, em alinhamento com a agenda global ESG (sigla para Environmental, Social and Governance). No caso da [...], participamos dessa pauta pensando no desafio social do ESG, desenhando projetos com parceiros e financiadores desde etapas de diagnóstico até sua execução. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 9.**

Com 17 anos de história, apoiamos empresas, organizações sociais e governos a desenvolver modelos de negócios inclusivos e projetos de apoio a microempreendedores de comunidades e periferias. Ampliamos o acesso a conhecimento, redes, mercados e crédito para desenvolver ou iniciar pequenos negócios, para que os microempreendedores possam prosperar, beneficiando também suas famílias e comunidades. Além de fortalecer brasileiros e imigrantes em suas trajetórias, agora também atendemos microempreendedores fora do Brasil, com a expansão do programa Tamo Junto em Portugal. Algumas de nossas principais frentes de atuação incluem: 1. Soluções para impulsionar e fortalecer microempreendedores: cursos e capacitações gratuitas para o desenvolvimento de competências e habilidades empreendedoras, auxílios financeiros, mentorias e acesso a redes de apoio. 1. Hub de pesquisas e inovação: estudos sobre o comportamento e as necessidades do microempreendedor, apoiando a criação de soluções inovadoras e aplicáveis para esse público; desenvolvimento de conteúdo e eventos pela disseminação do tema; colaboração para a melhoria de políticas públicas voltadas à causa empreendedora; e ações de advocacy que influenciam os Poderes Executivo e Legislativo. 2. Consultoria para empresas: cocriação de novos produtos e serviços com foco em microempreendedorismo, inclusão produtiva e negócios inclusivos. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 9.**

Mantendo a nossa missão como ponto de partida, temos como meta beneficiar 25 mil empreendedores diretamente. Queremos ir além e expandir o nosso alcance: no ano passado, por exemplo, foram 20.477 beneficiados. Paralelo a este objetivo, a intenção é aprimorar a nossa inteligência de dados, articulando um sistema integrado e automatizado de informações fundamentais sobre o universo dos microempreendedores que atendemos. Otimizar a estrutura interna de dados nos permite agir mais estrategicamente e facilitar mudanças que aumentam o efeito positivo na vida dos microempreendedores, muitos em vulnerabilidade e sem acesso a direitos e serviços que podem alavancar sua jornada de negócio. Cada vez mais, notamos a importância de compartilhar com o ecossistema as descobertas e desafios identificados para apoiar esse público, incentivando outras iniciativas que se alinham com o nosso propósito. Outro pilar estratégico é

construir e alcançar modelos de sustentabilidade financeira para a [...] e para os nossos programas institucionais como o Tamo Junto, Guru de Negócios, Empreender 360 e Tecendo Sonhos - iniciativas fundamentais, que representam soluções inovadoras para impulsionar o empreendedor. É o momento de fortalecer essas marcas, para que elas tenham independência e aumentem seu impacto além do previsto em projetos com parceiros financiadores. São 40 milhões de trabalhadores informais no Brasil, a maior parte empreendedores. O tamanho do desafio é imenso! Para isso, contamos com a dedicação da nossa equipe e parceiros comprometidos em fazer da economia um lugar para todos e todas. Em 2022, o nosso propósito continua: transformar pessoas e mover o país por meio do microempreendedorismo. É nisso que acreditamos - e agradecemos a você, que acredita junto com a gente. **RELATÓRIO DE ATIVIDADES 5 - TRECHO 10**

APÊNDICE H – MENSAGEM ABERTA

Pergunta: O(a) senhor(a) deseja realizar alguma consideração ou mensagem que queira deixar registrado nesta entrevista?

*“Como mensagem geral, eu acho que cabe muito a ser a questão de como é que os empreendedores, não é que “conquistaram um lugar ao sol” é aí tem muita questão de esforço, dedicação, trabalho etc e tal. Mas como é que esses grandes empresários ou médios empresários retorna para a sociedade parte do sucesso deles?”. [...] “Não pensar puramente de verba de incentivo fiscal. Eu aplico lei do esporte, lei da do fundo criança, porque eu tenho um benefício de imposto de renda mas como é que realmente recursos próprios, a exemplo da [FUNDAÇÃO] como é que volta para a sociedade sem essa contrapartida fiscal? Eu acho que isso é uma ação super positiva, Eu, particularmente não faço nenhuma doação para nenhuma ONG, nada, mas eu prefiro, por exemplo, Eu dou recorrentemente faz muito tempo para o médico sem fronteiras. Para uma ou para um outra ONG, de crianças, pobres e etc, certo! Acho que faz mais de 20 anos que eu faço doação mensal dentro do das minhas possibilidades. Mas eu acho que isso ai e só pra ter uma ideia, tá? Há médicos sem Fronteiras. Não, mas é seu outra [FUNDAÇÃO]. Ele tem verba que eu poderia aproveitar para o profundo criança. Eu estou fazendo e eu estou retribuindo e não quero compensação fiscal. Certo que você não fica meio feio, que não é ai eu faço porque eu tiro dinheiro no lado, bota do outro certo?”. **ENTREVISTADO 1– TRECHO 9.***

*“Talvez assim a minha percepção ela seja um pouco semelhante como você falou, assim, o quanto lá nos Estados Unidos está mais estabelecido é muito mais popular. É frequente que as famílias que tenham muitos recursos façam uma outra filantropia mais estratégica, mas de forma organizada no entanto, se percebe, a gente acaba tendo contato, com outros institutos e a gente acaba percebendo essa profissionalização. No nosso caso, que a gente tem uma profissionalização quase que completa, a gente tem com executivos que foram contratados, pessoas que como formação na área de gestão, cada pessoa da minha equipe tem 16 pessoas é muito semelhante com a cultura empresarial, mesmo tendo os objetivos de filantropia, se tem uma cultura empresarial e isso muitas vezes é causa um certo estranhamento, em algumas instituições, a ao a gente fazer projetos assim, juntos, as pessoas estranham bastante isso. Quando eu vou, quanto quando eu vou contratar, por exemplo, também pessoas, eu deixo isso bem Claro, não é? Nós temos uma cultura que ela é empresarial, não é? Então existe feedback, existia metas, existem processos, projetos, tudo como qualquer outra instituição empresarial. Mesmo que o nosso objetivo não seja o lucro, a gente tem um cuidado muito grande também com custo, não é isso, é algo aqui. Eu costumo a colocar na nas conversas, não é com as pessoas. A gente faz uma gestão de custos assim, muito cuidadosa porque na filantropia, talvez um grande segredo seja alocado bem nos recursos, fazer as escolhas certas, não é? Então, quando se tem recurso assim, disponibilizado, ter essa visão de como alocar bem meus recursos e uma das coisas que nós trabalhamos aqui. O recurso, a prioridade é atividade fim. Sempre atividade fim, por exemplo, mas temos 3 pessoas trabalham na área de bolsas, é muito enxuto e toda nossa estrutura é bastante enxuta e o princípio é foco na atividade-fim então, em vez de ter uma estrutura burocrática, uma estrutura pesada, você tem uma estrutura mais enxuta, não é buscando que se tem mas bolsas disponíveis. Então acho que não é o caso. Seria isso assim que as coisas estão mudando, estão se profissionalizando mais ainda. A gente percebe que era que é um caminho que está sendo construído. “Eu estudei terceiro setor a 20 anos atrás”. E era ainda quando a Ruth Cardoso não é, é no governo Fernando Henrique. Ela produziu muita literatura. Enfim, muitas referências sobre isso. E vem crescendo bastante mas Rodrigo, parabéns pela escolha do tema do teu trabalho, é espero, conta que quando eu tiver a publicação e tudo me mande notícias, seja através de artigo ou, enfim, que que realmente será uma contribuição setor [...]”. **ENTREVISTADA 2 - TRECHO 12.***

“É uma questão muito pessoal minha, Eu residindo nos Estados Unidos a 7 anos eu vejo o impacto da sociedade que a filantropia trás e a importância dos incentivos fiscais é para o crescimento do braço do terceiro setor e da filantropia privada. O Brasil carece de incentivos fiscais e de incentivo à filantropia motivo pelo qual nós temos muito poucas iniciativas de filantropia, como nós praticamos através da [FUNDAÇÃO] é uma ação orquestrada entre o Ministério da Economia com foco realmente em fomentar a filantropia no país, ele realmente poderia fazer a diferença, É nós vemos hoje que a filantropia hoje na sociedade Brasileira é muito mais no Rio Grande do Sul, ela é muito pontual, muito individual e muitas vezes não estruturada. Então, eventualmente, uma família empresária vai lá e faz uma doação de um hospital e uma outra família empresária vai lá e monta uma maternidade ou uma [FUNDAÇÃO] do câncer numa outra instituição médica. É uma outra

família empresária eventualmente faz uma [FUNDAÇÃO] e é aberto ao público, mas é inexistente na vamos dizer assim é uma grande ação nós hoje talvez não somaríamos mais do que 10 famílias empresárias que tem uma atuação relevante do ponto de vista de destinação dos seus recursos é para filantropia [...]” **ENTREVISTADO 3 - TRECHO 11.**

“Então, acho que esse meio assim é muito, muito legal e me brilhou os olhos quando eu entrei. Então, acho que todos que podem ou tem a capacidade de ajudar seja o mínimo possível o deveriam. Eu entrei de paraquedas nesse meio e nos primeiros momentos, assim que eu vi a magia acontecendo do que que é fazer o bem mesmo e fiquei encantado e estou há 3 anos já nesse no meio disso tudo, então deveriam fazê-lo [...]” **ENTREVISTADO 4 – TRECHO 13.**

“Eu conversei hoje com a Senhora [...] cedo sobre a filantropia e que a minha mensagem final é que deveria ser mais divulgada. Tem muita gente que não sabe mesmo que existem benefícios fiscais, que podem ser usados, para diminuir a os encargos fiscais, tanto a pessoa física quanto a pessoa jurídica, deveria ser mais amplamente divulgado nas mídias digitais e a imprensa e deixar as pessoas mais cientes. **ENTREVISTADO 5 - TRECHO 7.**

“[...] Eu acho que é, Eu não sei se é, sabe, essa coisa. Isso no caso mensagem para as pessoas em termos de solidariedade, mas a experiência que eu tive até com o fato da gente não ter mais um profissional dedicado a isso e eu mesmo tive aqui para linha de frente, Eu acho que quando a gente e conhece o problema lá na ponta, Eu costumo falar muito com os voluntários aqui, a gente tem esse projeto, então do supermercado e às vezes parece uma coisa tão simples assim, Tu está mobilizando uma comunidade, tu está pegando o alimento e vai para um caminhão e a atuação ficou ali no mercado mas a gente que tem a oportunidade de visitar a instituição e eu vi da instituição o quanto é essencial aquele alimento, uma das instituições que recebem os alimentos dessa ação social, utiliza principalmente os produtos de farinha, óleo, açúcar, assim, produtos de padaria e confeitaria para produzir pães para vender e com esse recurso eles compram carne, que é um tipo de material que eles não costumam receber nas ações sociais e essa instituição é uma instituição. Você está o nome, a turma do sopão é uma instituição que hoje ela é uma escola conveniada da prefeitura, mas ela iniciou como uma instituição de promover alimentação para a comunidade. Então a gente vai lá e você vê, às vezes uma mãe chegando para pedir um copo de leite e um pão porque ela não tem alimento em casa e aquelas crianças que estão estudando na instituição. Muitas vezes, a refeição que elas ganham ali é a única refeição do dia. Então quando a gente tem a oportunidade. É incrível passar isso para o voluntário assim que aquelas 2 horas de sábado dele está dando um impacto gigante na vida daquela comunidade que atende 300 famílias. A gente sabe que essas famílias são grandes, então assim, o poder de multiplicação disso e Eu super recomendo esse trabalho voluntário. **ENTREVISTADA 6 - TRECHO 13.**

“Então, neste intuito a [FUNDAÇÃO], olha para o futuro com a com o ideal de mobilizar toda uma nação que todos façam o voluntariado, que esteja ao seu alcance sem depender de um terceiro e que a gente consiga vislumbrar esse voluntariado. Vislumbrar esse movimento todo de filantropia como capital social, que irá transformar o nosso país. Então, nesse sentido, é um estímulo para que a gente potencialize. E dê visibilidade a todas as ações que são possíveis de serem feitas”. **ENTREVISTADO 8 - TRECHO 6.**

“Cada vez mais a sociedade demanda e precisa que essas famílias, mais abastadas, mais organizadas, venham a contribuir para a sociedade de uma forma de uma maneira financeira ou não, valendo o seu conhecimento”. **ENTREVISTADO 11 - TRECHO 11.**

“Eu incentivo a filantropia, a gente estava hoje com o pessoal da cidade de Vacaria de outra cidade, para pensar num outro projeto, que era uma transportadora que quer fazer projetos sociais e vieram aqui para ver o que que a gente podia dar de ideia, se tal a gente está sempre tentando incentivar porque, na verdade, se todas as empresas que podem ajudar. Faz um pouquinho fica bem melhor para toda a comunidade que ganha inclusive eles porque a imagem da empresa também fica uma empresa amiga, cidadã, uma empresa que atua, o próprio poder público, olha com outros olhos, sabe? É uma empresa importante para a cidade, né, para as pessoas. Então, eles sempre dizem há não vão tirar a sede da empresa daqui em Caxias porque tem muita gente indo para São Paulo indo para Curitiba. Não vou tirar a indústria de Caxias vai ficar capenga. E realmente a gente a gente tem que mostrar que a empresa é importante não só para dar emprego. A empresa é importante para participar de tudo na comunidade. E a gente faz parte dessa comunidade. Então eu acho que nada mais justo do que um pequeno grupo que trabalha na empresa se dedicar para a comunidade e sempre tem um retorno maravilhoso, sabe? Um retorno melhor do que a gente imagina e é uma cachaça, viu? Eu não imagino, Eu trabalhando, mas eu trabalhei no financeiro trabalhei no jurídico que eu sou formado em direito também. Eu não me imagino mais trabalhar assim nesse tipo de a não ser no social, sabe? É que eu não consigo. É uma cachaça sabe? **ENTREVISTADA 12 – TRECHO 14.**

“Na verdade, nós não nos limitamos a nossa ação na [Fundação] nós temos procurado ao longo do tempo exatamente esta meta, estimular outros empresários ou outras famílias a que executem alguns desses tipos de projetos. Nós sabemos que eles são multifacetados. Bem meritórios, nós escolhemos o segmento educação que nos parece que é por aí que a sociedade Brasileira vai diminuir as suas desigualdades e encontrar caminhos e protegendo nas famílias menos favorecidas. Participamos de outras ações, atividades coletivas, no nosso caso, todos pela educação. É institutos culturais mais recentemente, o pacto pela educação participação no conselho são infinitas as maneiras de fazer com que isso seja possível, tanto do ponto de vista pessoal quanto do ponto de vista familiar e, sobretudo, transferindo uma das grandes heranças que se pode transferir, que está do valor comunitário e da solidariedade.” **ENTREVISTADO 13 – TRECHO 6.**

“É essa tua colocação tem umas 20 respostas aí dentro, a colocação se desdobra em muitos campos mas, assim é na [FUNDAÇÃO], Eu aprendi muito porque eu fiquei lá 25 anos e mais uns 34 anos antes estudando de como é que ia fazer mobilização social que eu não sabia nunca tinha trabalhado nesse setor, sempre trabalhei em empresas e então o meu estudo ali dentro me levou a muitas conclusões e sabe o mais importante? Antes da empresa ou antes da família? É criar qualquer projeto ou qualquer pessoa, criar qualquer projeto social. É mobilização social em vão envolvimento social, seja o que for. É importante usar a primeira regra do mercado a pesquisa vê o que que tem o cliente precisa e então nenhuma empresa lança alguma coisa sem ter certeza que tem mercado, então, é trabalhar numa mobilização social é a mesma coisa. É, então sempre escutar porque eu vou criar, eu vou criar arrecadação de alimentos é isso que que a que, a que a localização, aquelas organizações, aquelas pessoas para qual eu vou encaminhar essa doação, é isso que eles tão precisando. É comida e roupa é remédio, é calçados, é livros escolares, material escolar no seu todo. Que é que precisa? E fazer um projeto bem direcionado à aquele cliente e a necessidade daquele cliente. Então, é a primeira regra de mercado. Não é que toda empresa conhece a diferença entre Estados Unidos e Brasil a criação de fundos e coisa assim até que tem uma porção de respostas aí nessa tua colocação, então é diferença entre Estados Unidos, Brasil, é? O brasileiro é muito solidário Ele pediu qualquer campanha é o brasileiro adere e participa, mas se tu olhares os Estados Unidos Eles têm uma cultura de participação e de atitude participativa de cidadão. O Brasil não, nós somos solidários. Doamos o quando e o que pedem mas terminou a campanha terminou nossa atitude participativa, então vê que tem diferença de cultura. A nossa cultura e a americana é muito pouco paternalista, muito pouco, porque é cada um cuidar de si, progredir e com isso, eu cuido da minha comunidade junto, além do trabalho que eu dou do emprego. Eu também ainda ajudo nas causas sociais, mas o brasileiro tem uma atitude, uma cultura paternalista, alguém tem que fazer por mim, pode ser meu pai, minha mãe, meu empregador, o governo, seja lá quem for alguém tem que fazer por mim não é diferenças de cultura, esse é sai de uma, de uma cultura paternalista e vai para uma cultura de cidadão participativo. Porque eu vou desenvolver outras pessoas, outras é ideias, boas para o mercado, que elas vão se tornar daqui alguns, muitos anos, mas empresas grandes também, como a nossa foi pequeno um dia também então vê que a gente já começa a ir para um lado de uma cultura. Agora é tudo, tem é o momento específico, a necessidade específica desse cliente específico ao qual eu vou escrever um projeto para ele está tão assim é escutar e ver o que que ele precisa naquela hora. Então eu não vou dar material escolar se o que ele precisa é arroz e feijão [...]” **ENTREVISTADA 14 – TRECHO 14.**

“Eu, o que eu posso deixar assim, mas 2 mensagens bem importantes. A primeira, Rodrigo, é que existe muito espaço para exercer essa atividade de filantropia, né? Estou todo mundo, todo mundo mesmo que seja, né? Famílias menores é empresas pequenas, todos podem de alguma forma, né? Fazer a filantropia ou fazer a sua responsabilidade social se engajar em uma causa e o Brasil precisa disso. Acho que no nosso país é culturalmente, ele é muito solidário, né? E nesse primeiro formato, existem também muitas. É muitos incentivos da legislação que eu vou dizer assim, né? De retorno de impostos que precisam ser melhores trabalhados com essas empresas, né? Não só no núcleo familiar, mas as pessoas precisam entender como é que essa questão, né? Dos fundos lá para o imposto de renda, né? Das possibilidades que a empresa tem quando ela também destina 11 valor era para causa social, então esse é um primeiro ponto. E o segundo, que eu acho que é bem importante explorar que eu acho que o Brasil não explora muito, somos, são a as atividades profissionais no terceiro setor. Hoje a gente tem uma ideia de que é só no primeiro setor, só na iniciativa privada que a gente vai poder fazer uma carreira que a gente vai poder ser bem sucedido, não é, ou a gente vai para o segundo setor, que é iniciativa ali do concurso público, né? E aí o terceiro setor fica sempre a margem, né? Diz assim, ai eu não vou conseguir ser um advogado no terceiro setor, não vou conseguir ser um contador ou uma pedagoga, entendi que é o amor. A formação, então, tem muito espaço. É para profissionais, para bons profissionais. No terceiro setor que a gente

poderia também enxergar, não é? É como uma área crescente aí para os próximos anos.

ENTREVISTADA 16. TRECHO 8