

SEU
ROTEIRO PARA
A FILANTROPIA



ROCKEFELLER PHILANTHROPY ADVISORS

Este pequeno guia foi feito para apresentar você ao mundo da **filantropia estratégica e efetiva**. É um roteiro para doadores – indivíduos, casais, famílias ou grupos. Oferece um panorama sobre as questões que podem ser levadas em consideração por filantropos enquanto **criam suas próprias estratégias de doação**.

Aqui, você vai encontrar questões pertinentes para determinar se a filantropia é um destino que deve entrar no seu itinerário. Se quiser saber mais, o site do Rockefeller Philanthropy Advisors, www.rockpa.org, tem mais referências, recursos e informações que podem ajudá-lo a criar seu próprio caminho de doação estratégica.

FAZER O BEM E SENTIR-SE BEM COM ISSO

SIDNEY FRANK

Conhecido como o “homem de 2 bilhões de dólares” após vender a vodka Grey Goose para a Bacardi, Sidney Frank era um gênio do marketing. Durante toda a sua vida, Sidney demonstrou entusiasmo, criatividade e habilidade para ver potencial nas coisas – característica que levou seu negócio ao sucesso e definiu seus atos de doação. Ele ficou famoso por renovar a marca Jägermeister nos anos 1980, e continuou seu sucesso ao lançar a vodka Grey Goose. Quando vendeu a marca, em 2004, já tinha estabelecido uma base financeira sólida para suas iniciativas filantrópicas.

As doações de Sidney eram ligadas aos eventos que moldaram sua vida. Quando jovem, em 1930, ele abandonou a Universidade Brown após cursar somente um ano porque não podia pagar a mensalidade. Em 2005, sua fundação, Sidney E. Frank Foundation, doou 100 milhões de dólares para que a Brown pudesse dar bolsas de estudo para alunos mais necessitados. Após ter trabalhado na fábrica de motores de aviões, Pratt & Whitney, durante a Segunda Guerra Mundial, Sidney

desenvolveu um gosto pessoal pelo papel que a inovação técnica teve na vitória dos Aliados. Além de ser o principal financiador da reconstrução do museu histórico da Segunda Guerra, o Bletchley Park, em Londres, ajudou a fundar uma exposição no London Science Museum para homenagear o engenheiro que desenhou o avião Spitfire, que muitos acreditam ter sido o fator decisivo na Batalha da Grã-Bretanha. Ele também se inspirou em suas raízes e na região onde cresceu, e generosamente doou a causas judias e a sua comunidade local. “Meu pai acreditava que uma pessoa poderia mudar o mundo”, disse Cathy Frank Halstead, filha de Sidney, que é muito envolvida em sua fundação. O próprio Sidney, que faleceu em 2006, via as coisas desta forma:

“Adoro
doar
dinheiro”.



CINCO MARCOS

O objetivo deste guia é estabelecer cinco marcos no seu roteiro filantrópico e apresentar você a um processo que pode ajudar a desenvolver seu próprio plano de doação.

Como qualquer ferramenta de planejamento que se preze, o roteiro inclui diversas questões com opções – e não um conjunto de respostas. A recomendação é que os novos filantropos considerem trabalhar essas questões com seus conselheiros – e suas famílias, se for o caso – para criar não somente uma estratégia, mas um esboço de como operacionalizar este plano de doações.



POR QUE VOCÊ VAI DOAR?

MOTIVAÇÕES

As pessoas têm muitos motivos para se engajar na filantropia, e alguns são, aparentemente, incoerentes.

As motivações para o ato de doar costumam mudar com o tempo. Elas mudam com a experiência. Mas se um programa de doação não estiver focado nas necessidades que impulsionam tais motivações, provavelmente não será sustentável nem exitoso. Como algumas delas podem ser mutuamente exclusivas, ou pelo menos difíceis de serem integradas, elas devem ser articuladas de forma clara, para que as decisões possam ser tomadas considerando maneiras de conciliar as prioridades.

Muitos doadores querem que seus valores formem sua causa social. Identificar motivações faz com que seja mais fácil incluí-los nas estratégias de doações e avaliações.

Confira uma lista de categorias – não exclusivas, diga-se de passagem – para ajudar você a pensar sobre suas próprias motivações:

HERANÇA

A identidade étnica ou nacional pode criar muitos valores importantes, assim como o ímpeto de apoiar e honrar esta herança. Doadores da “Diáspora”, que procuram ajudar as comunidades e países de origem de suas famílias, são uma força global que movimentam bilhões de dólares. Outros doadores interpretam sua herança em um contexto histórico: eles se veem, por exemplo, como imigrantes que fazem o bem. Então, podem ajudar outros imigrantes por meio da filantropia – independentemente de sua origem específica.

FAMÍLIA

Honrar e homenagear os ancestrais pode ser um dos principais fatores motivadores. Nossa criação deixa em nós valores e experiências que sempre tentamos reforçar por meio das doações. Isso se não quisermos ir contra nossas tradições familiares e práticas de doação já estabelecidas. A família exerce grande influência, mas às vezes as novas gerações querem se aventurar em novas áreas do doar, dando início a um conjunto de novos princípios filantrópicos.

FÉ

Muitos doadores focam suas doações em crenças espirituais e/ou práticas religiosas – apoiando não somente o local onde costumam fazer suas orações, mas também organizações e causas que conhecem por meio de sua comunidade de fé. Doar também funciona como a ‘cola’ que mantém a família unida por um objetivo comum.

LEGADO

Quem se motiva por um legado quer ter impacto no futuro. Os doadores podem querer ser lembrados por mais do que seu sucesso financeiro. Sua filantropia é seu compromisso público a fazer do mundo um lugar melhor. Outros doadores de legado querem criar uma cultura familiar de generosidade e serviço em prol do bem público. Eles tentam repassar valores, assim como recursos, para a geração seguinte. Significa muito para eles quando sua família se envolve com a filantropia.

EXPERIÊNCIA

A inspiração vem da própria vida de uma pessoa. Aqueles que se beneficiaram de bolsas de estudo, ou que veem a educação como a base para o sucesso, geralmente querem dar esta oportunidade a outras pessoas. Aqueles que passaram por problemas de saúde – ou viram um ente querido sofrer com alguma doença – podem se inspirar para remediar este problema por meio da filantropia. Pessoas que adoram o mundo das artes podem querer promover a experiência da beleza para outras pessoas. Quem gosta de viajar, a negócios ou lazer, normalmente se depara com desafios; e também veem oportunidades para mudá-los.

ANÁLISE

Doadores motivados pela análise tiram o foco do lado pessoal quando articulam objetivos na área da filantropia. Eles procuram analisar objetivamente quais são as principais necessidades ou problemas que podem ser apoiados com recursos filantrópicos. A terminologia do investimento ou do método científico normalmente demonstra como eles definem suas motivações, assim como objetivos e estratégias.

DOAR EM VIDA

AMADOR AGUIAR, FUNDAÇÃO BRADESCO

Desde o início da vida escolar, um dos fundadores do Bradesco (1943), o banqueiro Amador Aguiar, percebeu a importância de se educar os jovens. Essa noção o levou a criar a Fundação Bradesco, em 1956, atualmente uma das maiores instituições filantrópicas do Brasil e da América Latina. “A Fundação cuida da educação, e sua criação foi a coisa que mais me deu prazer na vida”, declarou em extensa entrevista publicada na edição de 15 de novembro de 1987 do jornal *O Estado de S. Paulo*.

Com 40 escolas em todos os estados e no Distrito Federal, atendendo em torno de 105 mil alunos, a Fundação Bradesco começou esta história ao inaugurar o Grupo Escolar Embaixador Assis Chateaubriand em 29 de junho de 1962, na Cidade de Deus, em Osasco (SP), à época com 289 alunos e sete professores. A entidade sem fins lucrativos nasceu com o objetivo de promover a inclusão e o desenvolvimento social por meio da educação, sendo pioneira em ações de investimento social privado no Brasil.

Antes de morrer, aos 86 anos, Amador Aguiar – presidente do Bradesco entre 1969 e 1990 – doou grande parte de suas ações para a Fundação Bradesco, atitude que tornou a organização social controladora do banco. Desde então, Denise Aguiar Alvarez Valente, neta do empresário, dirige o projeto educacional, além de ter assento no conselho de administração do banco. Segundo ela, o planejamento da instituição filantrópica para 2015 prevê investimento da ordem de R\$ 537 milhões.

www.fb.org.br

“A Fundação cuida da educação, e sua criação foi a coisa que mais me deu prazer na vida”.



O QUE VOCÊ QUER ALCANÇAR?

SEUS OBJETIVOS

Segundo a nossa experiência, doadores fazem contribuições mais sustentáveis e exitosas quando focam em problemas que estão diretamente ligados às suas motivações e convicções. Recomendamos, então, um processo de três passos.

1

ENQUADRANDO OS PROBLEMAS

Quando olhamos o mundo com “lentes” novas, focamos e selecionamos o que vemos. Aqui estão algumas lentes para ajudá-lo nas considerações:

GRANDES DESAFIOS Os exemplos podem incluir pobreza, doença, educação, mudanças climáticas etc.

DESAFIOS ESPECÍFICOS A maioria dos doadores analisa o grande desafio para, depois, definir seu foco. Por exemplo, quem se interessa pela área da educação pode olhar mais cuidadosamente para centros de ensino infantil. Aqueles interessados na saúde da criança podem focar em programas de nutrição para aumentar o consumo de alimentos orgânicos produzidos pelas famílias.

POPULAÇÕES Alguns doadores vão se concentrar nos tipos de comunidade que desejam apoiar. Mulheres, crianças, idosos, jovens, refugiados, animais – há muitas possibilidades.

LUGARES Pessoas que investem em locais normalmente são motivadas por herança ou experiência. Podem apoiar problemas muito diferentes na mesma área geográfica. E esta geografia pode variar muito – de um continente ou região até uma vila ou bairro.

INSTITUIÇÕES Outros investidores podem querer apoiar organizações que alcançam os objetivos que eles defendem. Podem ajudar a construir instituições que fazem a diferença. Alguns exemplos, dentre tantos: think tanks, organizações de advocacy, museus, balés, orquestras, escolas charter e instituições acadêmicas. A lista é enorme.

2

ESTREITANDO O FOCO

Quando você tiver identificado a(s) área(s) de concentração da sua atividade filantrópica, provavelmente terá de estreitar seu foco. Áreas amplas, como a educação e o meio ambiente, são categorias convenientes, porém, obviamente muito abrangentes para qualquer doador. Então, é melhor olhar para os componentes dessas áreas – ensino na infância; escola primária e secundária; educação superior. Mesmo assim, você provavelmente terá de ter um foco ainda mais específico – talvez um tópico dentro de uma área (capacitação de professores para a escola primária/secundária), por região, ou por tipo de instituição educacional.

TER FOCO DEFINIDO NÃO SIGNIFICA TER UM ÚNICO FOCO

Para a grande maioria dos doadores, a questão não é escolher uma área, mas sim optar por qual combinação de áreas apoiar. Seus interesses podem envolver mais de um tópico.

DECISÃO CONJUNTA A seleção de áreas a serem trabalhadas pode ser um grande desafio quando há muitos filantropos que tomam decisões: um casal; irmãos; pais com filhos adultos; avós com filhos adultos e netos adolescentes. Esse processo de decisão torna-se mais fácil por meio de um planejamento estratégico que permite que cada participante explore e expresse suas motivações, assim como escolha de área(s) a ser(em) atendida(s). Quando essas ideias são expostas, muitos membros da família se impressionam e se inspiram com a visão dos outros. Mesmo assim, algumas decisões difíceis sobre prioridades e proporções deverão ser tomadas.

3

DEFININDO O RESULTADO BUSCADO

A filantropia estratégica significa não só ter um foco claro sobre o desafio a ser enfrentado, mas também ter uma visão clara sobre que mudanças você quer ver. Você pode chamar de objetivo, resultado ou solução, mas o importante é definir o final desejado. Por exemplo, muitas organizações sem fins lucrativos trabalham com alfabetização: algumas realizam programas em centros comunitários; outras fazem parcerias com sistemas educacionais ou agências de serviço social; outras, ainda, tentam utilizar as melhores técnicas para ensinar adultos; e também há os grupos que só existem para levantar recursos. É importante considerar como uma organização tenta resolver um problema, e não apenas qual problema ela tenta resolver.

ENCONTRANDO O FOCO

JON STRYKER

Jon Stryker já era um importante doador. Neto e herdeiro do Dr. Homer Stryker, ortopedista que fundou a Stryker Corporation, fabricante de equipamentos médicos, ele doou para causas lésbicas, gays, bissexuais e transexuais (LGBT). Porém, ele achava que não ia alcançar os resultados desejados. Então, contratou uma equipe profissional para delinear um processo de planejamento para determinar como usar seus recursos da melhor maneira possível. O processo o ajudou a focar na justiça social (especialmente nos direitos LGBT) e na proteção da natureza (com foco na preservação de grande símios e seus habitats) como sendo seus objetivos. Então, criou a Arcus Foundation, em 2000, que recebeu mais de \$ 100 milhões em doações. A Arcus é uma das pioneiras no investimento às comunidades LGBT, e a força motriz por trás do Arcus Center for Social Justice Leadership, no Kalamazoo College. “Eu devo ser um dos homens gays mais ricos no país, então senti que tinha uma grande responsabilidade”, disse Stryker. “Eu nunca tinha me envolvido tão diretamente com os direitos civis, e senti que era um chamado”.

“Eu nunca
tinha me
envolvido tão
diretamente
com os direitos
civis, e senti
que era um
chamado”.



3

COMO VOCÊ ACHA QUE A MUDANÇA VAI ACONTECER?

SUA ABORDAGEM

A filantropia permite a exploração do potencial humano. É claro, isso inclui o potencial do doador – não apenas na capacidade de doar, mas na capacidade de pensar em como a filantropia pode alcançar seus objetivos estabelecidos.

O método que você acredita que vai gerar mudanças pode ser chamado de estratégia, teoria da mudança, modelo de lógica ou abordagem. O termo escolhido não importa. O ponto principal é responder à pergunta: como?

Como a filantropia vai ajudar a atingir o objetivo que você identificou?

Esse tema é muito importante. E tratamos dele em detalhes em outros guias e no nosso site. Por exemplo, seu objetivo pode ser melhorar e proteger uma área de bacia hidrográfica degradada. Você pode escolher uma dessas abordagens para atuar:

PESQUISA estudos para entender e definir os impactos criados pelo que é ou pode ser descartado ou construído próximo à bacia

PERCEPÇÃO campanhas para gerar consciência sobre atuais ou potenciais danos à área de bacia

POLÍTICAS esforços para moldar a base legal e regulatória para proteger a bacia

INOVAÇÃO projetos que buscam novas tecnologias para atividades que atualmente são uma ameaça à bacia

REMEDIÇÃO programas que atuam para reparar o dano já ocorrido

OUTRAS ABORDAGENS neste caso, há muitas; inclusive transações que visam a conservar partes críticas do terreno.

Muitas vezes, porém, o caminho não será tão claro. Você pode enfrentar teorias contrastantes – todas convincentes, talvez nenhuma comprovada. Você terá de tomar uma decisão com base em informações – analisando os fatos e as ideias por trás

de várias teorias sobre o que pode dar certo, assim como suas próprias convicções e nível de conforto sobre que tipo de investimento pode ser feito.

Após ter definido qual abordagem adotar para atingir seu objetivo, você pode começar a pensar nas táticas. Qual é o prazo? Qual será sua concentração – você quer apoiar cinco ou 50 organizações? Você quer financiar programas que já funcionam ou fazer doações em dinheiro?

Muitos filantropos vão além da doação tradicional, e consideram se um investimento é a ferramenta apropriada para atingir a mudança que querem ver. Isso pode ser um fundo de investimento para empreendedores sociais, ou um empréstimo para uma organização que quer lançar um projeto de geração de renda. O que importa é que, para esses investidores, esta é a melhor maneira de usar o dinheiro. O campo do investimento, às vezes chamado de investimento de impacto, está acabando com as fronteiras entre a filantropia e os mercados de capital. Isso é bom. Mas, como qualquer outra estratégia, este investimento não é uma panaceia para todas as situações.

MOTICAÇÃO DUPLA, ABORDAGEM ÚNICA

LISA E CHARLY KLEISSNER

Lisa e Charly Kleissner investiram em start-ups do Vale do Silício. Quando as empresas tornaram-se públicas, em 1999, os Kleissners se beneficiaram muito com isso. Então, decidiram criar a KL Felicitas Foundation para investir mais, porém, desta vez, “para permitir que empreendedores e empresas sociais do mundo todo pudessem se desenvolver e crescer de forma sustentável”. A fundação, depois, decidiu focar em comunidades rurais e famílias. Lisa se inspirou na memória da generosidade de seu pai. Sua empresa dava descontos na compra de equipamentos médicos para clientes que não podiam pagar. A inspiração de Charly para a filantropia veio, segundo ele, “de uma compreensão profunda sobre as questões da sustentabilidade, e do papel que nós temos em fazer uma contribuição positiva”. Com o tempo, eles contrataram conselheiros e definiram quanto dinheiro poderiam direcionar à filantropia. Decidiram alocar 65% de suas doações em investimentos de impacto. Este tipo de filantropia investe em responsabilidade social e negócios sustentáveis, e não em organizações sem fins lucrativos. Os

Kleissners também decidiram compartilhar sua motivação com os outros. “É muito difícil”, diz Lisa, “quando você vai conversar com um grupo, saber quem vai sair de lá com uma faísca, significando que eles vão conversar com os conselheiros para mudar a forma como fazem investimento. Fico feliz em dizer que o feedback que recebo tem sido ótimo – investidores estão movimentando dinheiro nesta área, parcialmente por causa do nosso trabalho”.

“...investidores
estão
movimentando
dinheiro
nesta área,
parcialmente
por causa do
nosso trabalho.”



COMO VOCÊ PODE AVALIAR O PROGRESSO?

AVALIANDO SUA FILANTROPIA

Quando investimos em um negócio, buscamos resultados em termos empresariais. No setor sem fins lucrativos, também procuramos saber como a organização pode realizar programas que tragam mudanças sustentáveis à comunidade ou até ao mundo.

Avaliar tal mudança na sociedade é difícil. Muitas variáveis dificultam a definição da causa e do efeito. Outros fatores que dificultam a avaliação são as grandes variações de tempo entre as iniciativas filantrópicas. Algumas vacinas têm a proposta de tratar e curar, simultaneamente. Porém, a pesquisa na área médica pode levar décadas. A maioria dos desafios sociais – pobreza, violação de direitos humanos, conflitos étnicos – tem prazos longos que, em alguns casos, não possuem uma conclusão real.

Só podemos esperar que haja progressos que possamos ver. Isso não significa que os doadores não devam pensar sobre o impacto no nível do sistema. Sem considerar o contexto mais

amplo, os doadores correm o risco de financiar programas “de sucesso” que não fazem diferença, de fato.

Muitas abordagens para a avaliação incluem a avaliação de resultados, avaliação do progresso do trabalho, e até o retorno do investimento com relação ao empreendedorismo social. Outro guia desta série aborda essas questões mais profundamente. Por enquanto, é importante que você entenda que a avaliação – ainda como arte, e não como ciência – é uma parte importante da empreitada filantrópica. Revisar regularmente os resultados dos seus investimentos permite que se façam ajustes na abordagem, com base nessa informação.

DOAÇÃO EFETIVA — A FILANTROPIA QUE PODE SER USADA

ANDREW CARNEGIE

Ele é facilmente um dos mais conhecidos empresários e filantropos da história dos EUA. Muitos sabem do sucesso de Andrew Carnegie na indústria do aço, e do seu investimento em bibliotecas pelo mundo – ele construiu 2.509 delas, sendo 1.679 na América. Mas poucos sabem que ele foi um dos pioneiros no mundo da filantropia efetiva. Ele avaliava o trabalho da área social de forma direta. Acreditava que a “caridade indiscriminada” causa danos à sociedade, e que “a principal consideração deve ser ajudar àqueles que vão ajudar a si próprios...?”. Além

das bibliotecas “gratuitas”, ele apoiou a criação de recursos públicos – parques, galerias de arte, museus, salas de concerto; a fundação e expansão de universidades, instituições médicas e laboratórios e, em circunstâncias especiais, igrejas. Usando seu tato para os negócios, ele tentava gerar impacto ao estabelecer pré-condições para algumas doações. Por exemplo, ele não doaria uma biblioteca para uma comunidade sem antes estabelecer que haveria investimento comunitário suficiente para garantir a sustentabilidade financeira daquela biblioteca.

5

QUEM VAI SE JUNTAR A VOCÊ?

ENVOLVIMENTO

Muitos dizem que o trabalho filantrópico dá alegria. As pessoas mergulham no seu mundo de filantropia, e torna-se sua nova vocação. Mas este papel não é natural para todos.

Você deve se perguntar algumas coisas, e, novamente, essas escolhas não têm resposta certa. Suas escolhas podem mudar conforme as experiências mudam sua perspectiva, e conforme outros fatores da sua vida evoluem.

QUÃO ATIVO VOCÊ QUER SER, E QUANTO TEMPO VOCÊ QUER DEDICAR À FILANTROPIA?

Você quer estar pessoalmente envolvido em pesquisar áreas de investimento, em se reunir com outros investidores, em analisar potenciais beneficiários, em ler as propostas e fazer os contratos, e em monitorar o progresso?

QUÃO PÚBLICO VOCÊ QUER SER?

Algumas pessoas preferem o anonimato. Outras já buscam parceiros para a filantropia e advogam por suas causas, beneficiados e programas como parte de uma estratégia maior. Eles se propõem a emprestar sua reputação, seus contatos e seu poder de persuasão para a sua filantropia.

HÁ OUTROS RECURSOS NÃO FINANCEIROS QUE VOCÊ QUEIRA ESTABELECEER, ALÉM DE SUA CAPACIDADE

PESSOAL? Você tem acesso a alguma expertise relevante, a produtos e serviços?

VOCÊ PROCURA ALAVANCAR SEUS INVESTIMENTOS AO COLABORAR COM OUTROS?

Aqui, é preciso ter cuidado: normalmente ouvimos doadores declararem a intenção de colaborar ou se reunir com outros parceiros. Isso costuma significar que eles querem que outras pessoas se unam a eles, comprometendo-se com a sua causa. Isso se chama captação de recursos, e é algo honrável; porém, não é a mesma coisa que colaboração ou parceria. Trabalhar em um processo colaborativo significa que você vai abrir mão de parte do controle para seus parceiros investidores. Se isso não for aceitável, reconheça que você está captando recursos.

VOCÊ QUER O ENVOLVIMENTO DE SUA FAMÍLIA?

Para muitos doadores, abraçar um programa de filantropia com a família é uma maneira importante de compartilhar experiências significativas, de aprender juntos, de criar um legado e transmitir valores. Em outros casos, a filantropia também pode-se tornar um campo de batalha pelo controle. Para que a filantropia familiar funcione, é importantíssimo estabelecer regras claras. Se uma pessoa vai tomar todas as decisões, isso deve estar estabelecido. Geralmente, uma pessoa ou uma geração dá as cartas, enquanto a geração seguinte observa e aprende. Em alguns casos, a geração seguinte não quer sentar no banco de trás. O líder da família pode ter que escolher entre um objetivo filantrópico e um objetivo familiar. Para que a família participe de fato, outros parentes podem ter poder de decisão sobre quais questões e objetivos serão trabalhados.

QUAL SERÁ A MECÂNICA DO SEU PROGRAMA DE

FILANTROPIA? Você vai usar uma fundação? Um fundo de doações? Doação direta? Uma combinação dos anteriores? Se você estiver ativamente envolvido nos negócios, como sua ação na filantropia vai se separar ou se relacionar com seus negócios?

COMO ISSO SERÁ COLOCADO EM PRÁTICA? Como as questões regulatórias e de investimento serão gerenciadas e coordenadas? Você vai precisar de uma equipe? Em caso afirmativo, você prefere ter uma estrutura de funcionários ou uma combinação de funcionários e consultores? Você vai terceirizar as funções que não quiser gerenciar?

EM FAMÍLIA

OS KENNEDY

Os Kennedy—não aqueles que vieram à sua mente – eram uma grande família multigeracional. Começaram uma nova fundação e deram início ao processo de planejamento ao entrevistar todos os parentes em relação aos seus interesses de investimento e nível de envolvimento desejado. A família tinha interesses divergentes, assim como diferentes maneiras de entender a filantropia. Então, decidiram focar em projetos inovadores que procurassem fortalecer as famílias ao ajudá-las a terem acesso à educação, treinamento profissional e coaching. Eles definiram sua estratégia de

doação para incentivar a participação de parentes por meio de programas de visita. Também pediram sugestões dos membros da família sobre as doações que se encaixassem em categorias mais amplas. Quando as prioridades foram estabelecidas, os membros da família que tinham mais interesse entraram para a diretoria. Aqueles que tinham menos tempo poderiam se juntar ao comitê. O resultado tem sido a oportunidade de apoiar programas inovadores de fortalecimento familiar, enquanto os membros da família conseguem participar de forma significativa e que se encaixa nas suas vidas diferentes e agitadas.

SEGUINDO EM FRENTE

Há muito a se considerar quando se fala em construir sua própria estratégia de doação ou sua própria iniciativa filantrópica. Também há grande potencial para um trabalho recompensador.

Grandes filantropos – assim como grandes empresários – inspiram-se na intuição, insight pessoal e paixão, mas constroem seu trabalho com base em planejamento e aconselhamento.

Em outras palavras, você não precisa fazer nada sozinho. Na verdade, recomendamos que você envolva seus conselheiros pessoais e parentes desde o começo.

Também é importante lembrar que a filantropia estratégica requer raciocínio. E isso leva tempo.

Talvez seja importante refletir sobre esses pontos ao considerar os próximos passos:

ESFORCE-SE PARA ENTENDER POR QUE VOCÊ QUER DOAR para que seu investimento seja mais significativo.

Você tem muitas opções ao optar pelos problemas a serem endereçados e às abordagens a serem usadas para atingir os resultados esperados.

PESQUISE MUITO. ESSAS ESCOLHAS VÃO DETERMINAR OS PARÂMETROS DA SUA FILANTROPIA. ENTÃO, DEVEM SER ESCOLHAS FEITAS COM BASE EM INFORMAÇÃO.

Ao mesmo tempo que tomar decisões estratégicas é importante, **TAMBÉM É ESSENCIAL PLANEJAR SUA APLICAÇÃO.**

Quando a tomada de decisões for compartilhada com outros (cônjuge/parceiros; filhos/netos; irmãos), deve haver clareza **E TAMBÉM COMPROMETIMENTO.**

Aprecie a jornada. **PERGUNTE-SE - É POSSÍVEL ENVOLVER DESCOBERTA E DIVERSÃO NO PROCESSO DE DOAÇÃO?**

ROCKEFELLER PHILANTHROPY ADVISORS

é uma organização sem fins lucrativos que atualmente dá consultoria e gerencia mais de US\$ 200 milhões em doações anuais. Localizada em Nova York, com escritórios em Chicago, Los Angeles e São Francisco, ela surgiu com John D. Rockefeller, que, em 1891, começou a gerenciar sua filantropia profissionalmente, “como se fosse um negócio”. Sendo a filantropia estratégica e efetiva sua única missão, o Rockefeller Philanthropy Advisors tornou-se uma das maiores organizações de serviços filantrópicos. Até hoje, já supervisionou mais de US\$ 3 bilhões em doações no mundo todo.

O Rockefeller Philanthropy Advisors realiza pesquisas e consultoria em doações, desenvolve programas na área social e promove serviços de administração e gerência para fundações e fundos. Também opera o Charitable Giving Fund, pelo qual os clientes podem fazer doações para fora dos Estados Unidos, participa de consórcios de investimento e opera iniciativas sem fins lucrativos.

WWW.ROCKPA.ORG

A tradução deste guia para o português foi realizada pelo IDIS – Instituto pelo Desenvolvimento do Investimento Social, com o apoio da Fundação Rockefeller e com a gentil autorização da Rockefeller Philanthropy Advisors.

ROCKEFELLER
Philanthropy
Advisors



Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social