



## OS RISCOS DAS DOAÇÕES NÃO PERENES

Há um ano, falamos nesta coluna sobre os movimentos sociais das empresas brasileiras em realizar doações destinadas às causas relacionadas à Covid-19. Mais do que isso, nosso foco foi a importância da perenidade dessas ações para além da pandemia. Na época, o Brasil enfrentava recorde de casos e mortes causadas pela doença. Então, algumas lideranças empresariais se esforçaram para contribuir nesse contexto, de modo que os valores doados foram sem precedentes. No entanto, o futuro volta a ser incerto. Após um ano, atingimos novas marcas negativas, recordes da pandemia. Mas essa não é a única notícia ruim. A perenidade dos movimentos sociais não foi atingida. As contribuições das empresas reduziram nesse sentido. Por exemplo, lideranças da comunidade de Paraisópolis relatam que as doações despencaram e, junto com o grupo G10 Favela – bloco de líderes e empreendedores de impacto social das favelas –, estão fazendo um movimento de arrecadação de comida, em que o mote é *A marmitta acaba e a fila continua*.

Segundo Gilson Rodrigues – presidente da União dos Moradores e Comércio de Paraisópolis –, no início da pandemia, a comunidade distribuía 10 mil marmittas por dia; em meados de 2020, tiveram de diminuir para 5 mil. No início de 2021, estão conseguindo entregar apenas 500 por dia. O Conselho de Entidades de Promoção e Assistência Social (CEPAS DF), que reúne 67 organizações do Distrito Federal, relata que as contribuições diminuíram drasticamente e, sem as doações, eles não têm como prestar assistência às comunidades. O Monitor de Doações, da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR), aponta que, de 6,8 bilhões já doados, 5,6 bilhões ocorreram nos dois primeiros meses da pandemia. De lá para

cá, a média mensal foi de R\$ 100 milhões em todas as esferas corporativas.

O site *statista.com*, um dos maiores provedores de dados de mercado, aponta que empresas dos Estados Unidos permanecem doando em patamares maiores que no início da pandemia e que as nove maiores companhias de tecnologia doaram em fevereiro de 2021, em média, US\$ 207 milhões cada uma, mesmo com a economia abalada. No Brasil, a sensação

é de que empresas que se empenham diante da emergência social em 2020 já não o fazem mais.

Para haver captura de valor, é necessário perenidade. Para haver perenidade, é necessário estratégia. Em um artigo publicado em 2019 no *Strategic Management Journal*, Jiao Luo e Aseem Kaul, ambos da Universidade de Minnesota, fazem um resgate sobre a atuação de empresas, organizações não governamentais (ONGs) e governo na recuperação social. O trabalho oferece um modelo que sugere a constante interação entre esses três atores sociais, como o diálogo entre empre-

sas e ONGs para atender às necessidades sociais. Em tempos de crise, para que tenham fôlego para manter as contribuições, as empresas podem se utilizar de institutos e associações que já têm o *know how* na causa que a corporação quer apoiar. Além disso, pode-se fazer ações coordenadas, de grupos de empresas, para que as doações cheguem onde mais se necessita. O importante é que a responsabilidade social corporativa seja parte da estratégia do negócio, para que se capture, no longo prazo, credibilidade, reputação e *stakeholders* aliados, como comunidades e organizações sem fins lucrativos. Contribuir com o desenvolvimento social e econômico do país tem como consequência a melhoria do ambiente de negócios.

PARA HAVER  
CAPTURA DE VALOR,  
É NECESSÁRIO  
PERENIDADE NAS  
DOAÇÕES. PARA  
HAVER PERENIDADE,  
É NECESSÁRIO  
ESTRATÉGIA.