



## RECURSOS PRIVADOS PARA BENS PÚBLICOS

Ao mesmo tempo em que aumentam as expectativas para uma contribuição mais forte nas agendas de clima, água e energia renovável, o Investimento Social Privado no País enfrenta novos desafios, como ganhar mais transparência, relevância e escala

A impressionante cena do **derretimento de 11 bilhões de toneladas de gelo do Ártico em um só dia** não deixa – ou não deveria deixar – dúvidas de que a crise climática está definitivamente instaurada, indicando o fim do mundo tal qual o conhecemos.

A Terra, com febre, registrou as temperaturas mais altas dos últimos dois mil anos, enquanto a emissão de gases-estufa bateu o recorde, atingindo, em 2018, a concentração de 407,4 partes por milhão, segundo a Sociedade Americana de Meteorologia. Estudo publicado na **Nature Climate Change** mostra que o nível do mar está se elevando mais do que se previa e pode chegar a um metro neste século, arrasando cidades costeiras e paisagem em todo o mundo. A partir de agora, passamos a navegar em um caminho desconhecido, mais arriscado e perigoso.

Tida como a mãe de todas as crises, a climática, se não for mitigada, trará prejuízos mais intensos para tudo aquilo de que nossa vida depende. Oferta de água e de energia, produção de alimentos, conservação da biodiversidade, bem-estar, o funcionamento da economia e da sociedade como um todo.

Não param de sair cálculos sobre as decorrentes perdas para a economia. Só com desastres causados pelos eventos extremos, os Estados Unidos perderam 2% do PIB nos últimos dois anos. Caso a temperatura suba 1,5 grau até 2030 – projeção mais otimista de todas –, US\$ 2,4 trilhões deverão “evaporar” apenas com a perda de produtividade causada no mundo pelo estresse térmico. O prejuízo econômico é estimado pela Organização Internacional do Trabalho, no estudo **Working on a Warmer Planet**.

No Brasil, onde ainda persiste o mito da abundância de água, é preciso lembrar que, embora o País detenha 12% da água doce do mundo, a maior parte está longe dos grandes centros consumidores. A Região Norte, com 45% da água, abriga somente 5% da população, enquanto as regiões próximas ao Oceano Atlântico, com 45% da população, detêm menos de 3% dos recursos hídricos, segundo a Agência Nacional de Águas (ANA). Além das secas recorrentes no Semiárido nordestino, o Sudeste vive no limiar da oferta de água, depois de ter experimentado, em 2015, o risco iminente de colapso, inclusive na maior cidade brasileira.

**Recente estudo** do World Resources Institute coloca grandes cidades brasileiras no mapa do alto risco de falta d'água: São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Fortaleza, Recife, Vitória e Campinas, além da Região Nordeste e de pontos no Planalto Central.

Além do fator climático, o desmatamento, a contaminação, o mau uso e o desperdício explicam o estresse hídrico sob o qual vivem milhões de brasileiros. São 35 milhões de pessoas, ou 17% da população, que não acessam água tratada. A falta de saneamento impacta diretamente na qualidade de água. De quase metade da população (47,6%) que não possui a coleta de esgoto, uma parte vive com esgoto a céu aberto e outra com fossas sépticas – é um tipo de solução, mas a maioria é feita de forma equivocada e contamina o lençol freático da água que, por vezes, a própria pessoa está consumindo.

Segundo o Plano Nacional de Saneamento (Plansab), o custo para universalizar o acesso aos quatro serviços do saneamento (água, esgotos, resíduos e dre-

nagem) é de R\$ 508 bilhões, no período de 2014 a 2033. Para universalização da água e dos esgotos, esse custo será de R\$ 303 bilhões em 20 anos.

Seja na água, seja no clima, seja no desenvolvimento de fontes renováveis, os desafios são tão imensos que o setor público, em país nenhum, conseguiria enfrentar sozinho. Será preciso somar esforços e investimentos das empresas. Aí que entra a contribuição do Investimento Social Privado (ISP).

### MAS O QUE É INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO E PARA QUE SERVE?

ISP é o repasse voluntário de recursos privados, de forma planejada, monitorada e sistemática, para projetos sociais, ambientais, científicos e culturais de interesse público. Essa é a definição difundida pelo Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), associação de referência do tema no Brasil, que reúne 141 membros, entre empresas, famílias, organizações comunitárias e independentes. Juntos, investiram R\$ 2,9 bilhões em 2016, por meio de projetos próprios ou viabilizando os de terceiros.

“O ISP investe um recurso privado na sociedade, com a finalidade de provocar um bem público”, diz Andréa Wolffenbüttel, diretora de comunicação do Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (Idis), que é mais uma referência nesse assunto. Com isso, o ISP se diferencia da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), que, segundo ela, é focada na empresa em si. Ou seja, busca sanar problemas provocados pela própria atividade empresarial, ou promover melhores condições para seu funcionamento, ao formar sua mão de obra,

reduzir seu impacto ambiental, melhorar as condições de saúde dos empregados, educar os consumidores etc.

“Já o ISP tem uma visão mais ampla, entende a empresa como cidadã, que investe recursos para melhorar a sociedade como um todo. É o caso do Parceiros da Educação, projeto no qual empresas adotam a gestão de uma escola para melhorar os resultados, sem que isso tenha relação alguma com o seu próprio negócio”, exemplifica a diretora.

“O ISP também busca se diferenciar da filantropia ao trazer um componente mais estra-

tégico, duradouro e contínuo, descolando-se do viés de assistencialismo e caridade”, explica Fábio Deboni, gerente executivo do Instituto Sabin e conselheiro do Gife (*assistida à entrevista em vídeo no Drops*). É também autor do livro *Impacto na Encruzilhada – Inovação social, negócios de impacto e investimentos sociais privados: caminhos e descaminhos*.

A área de maior investimento social privado é, disparado, educação, envolvendo 84% dos associados, segundo o Censo Gife (ver gráfico a seguir). Meio ambiente, que engloba assuntos como água, clima e energia renovável, entre outros, está

em sexto lugar, com 47%. Wolffenbüttel ainda observa que o volume de recursos é muito menor. “Isso evidencia que há um grande desafio na questão ambiental. Os investidores sociais acreditam que resolvendo a educação você resolve os outros problemas. Entretanto, se não houver investimentos também em temas transversais como o da mudança do clima, não adianta investir em educação, porque as pessoas não terão os recursos naturais e condições elementares para viverem”, afirma a executiva do Idis.

O volume de recursos para temas ambientais e para adaptação à mudança do clima tem

sido tímido, especialmente se comparado com a urgência, a magnitude e a abrangência do problema. “São alterações ambientais tão grandes que vão mexer profundamente nos negócios nos próximos anos”, diz Mariana Nicolletti, coordenadora do programa de Iniciativas Empresariais do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (FGVces) e especialista em adaptação climática.

Em sua avaliação, as empresas, de forma geral, ainda atuam em um nível de adaptação superficial, sem considerar impactos mais profundos, como mudanças de comportamento, nos hábitos de consumo, além de migrações populacionais, alterando a dinâmica demográfica.

Na opinião de Maria Cecília (Ciça) Wey de Brito, responsável por relações institucionais e pela coordenação de projetos no Instituto Ekos Brasil, há uma tendência no mundo dos negócios, pelo menos no Brasil, de se fazer apenas o que está dentro dos limites da obrigação quando o assunto diz respeito à área ambiental. “Essa é uma lacuna que precisa ser trabalhada para haver adesão no combate à mudança climática”, afirma. “Se fizessem um pouquinho além da obrigação, ajudariam a

causa e ao mesmo tempo trariam mais valor agregado ao próprio negócio.”

O Instituto Ekos atua como uma plataforma para empresas interessadas em apoiar projetos

socioambientais e fomentar uma economia de baixo carbono, compensando, juntas, suas emissões de gases de efeito estufa. Nasceu de uma parceria institucional entre Natura e Banco Itaú, aos quais se juntaram mais recentemente a B3 e as Lojas Renner.

Para Ciça Wey, a iniciativa do Gife de estimular a introdução do tema das mudanças climáticas no mundo do ISP deve pavimentar um caminho importante para organizações como o Instituto Ekos, que já trabalham em parceria (**mais sobre articulação e redes**). “Quando visitamos potenciais parceiros e falamos sobre a importância de se medir a pegada de carbono ou de fazer compensação de emissões, parece que estamos apenas tentando fazer uma venda da nossa agenda [e não trabalhando em prol do combate à mudança do clima]. Mas, se isso for feito antecipadamente por uma organização que tem esse papel, o nosso caminho ficará mais fácil de ser trilhado”, diz.

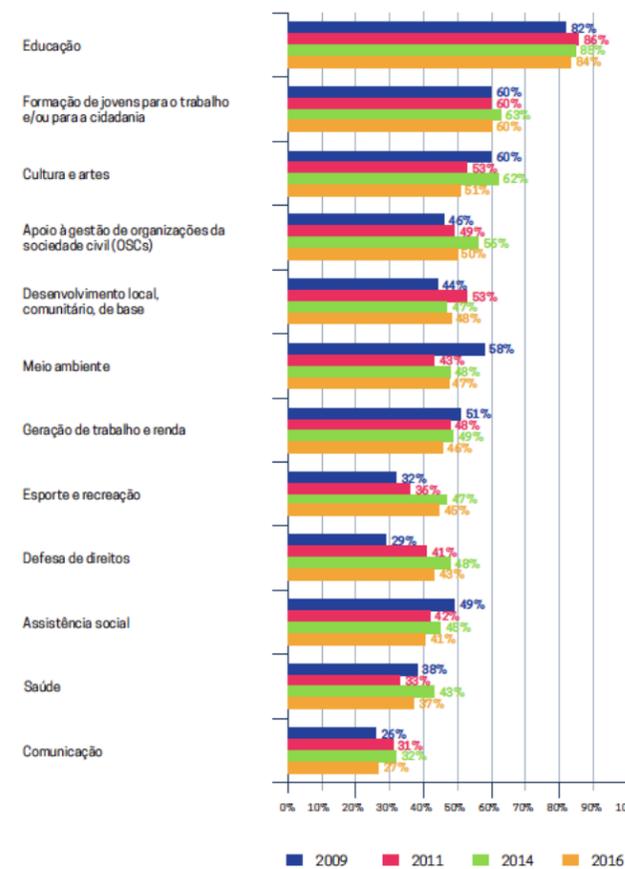
“O ISP é um vetor, um *player* importante em termos de mudança de cultura e de provocação [para as próprias empresas]”, entende Wolffenbüttel. Para ela, as grandes empresas, principalmente com sede em outros países – e, portanto, convivendo com uma regulação mais aten-

ta – já entenderam isso, estão fazendo suas mudanças e incorporando-as ao *core business*, e não só nas suas áreas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) ou de Sustentabilidade. “O desafio, agora, é escalar para suas cadeias produtivas e trazer empresas de setores que têm responsabilidade grande nas emissões, como o de transporte, o segundo maior poluidor no Brasil, segundo o Seeg (Sistema de Estimativa de Gases de Efeito Estufa).”

Um norte capaz de alinhar os esforços do setor privado em torno das questões ambientais como água, clima e energia renovável é aderir a uma agenda global que já está pronta e detalhada em objetivos e metas: a Agenda 2030. “Nós temos que nos alinhar e remar todos no mesmo sentido”, propõe Wolffenbüttel.

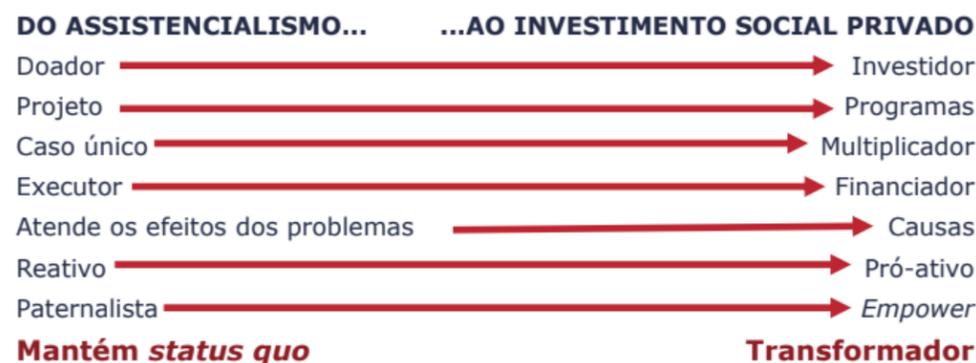
Glúcia Barros, diretora programática da Fundação Avina, também entende o ISP como um estímulo à remodelagem das práticas empresariais nos diferentes níveis, de pequenos a grandes negócios, buscando uma melhor adequação aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). O alinhamento aos ODS pode ajudar na concertação de atores e agendas, de forma que olhem os mesmos indicadores para

## ORGANIZAÇÕES POR ÁREAS DE ATUAÇÃO, 2009-2016



Fonte: GIFE, 2010, 2012, 2015, 2017.  
 Q 5.1 Em qual(is) destas áreas de atuação o associado realizou projetos e/ou programas próprios em 2016? E em qual(is) o associado apoiou projetos e/ou programas de terceiros?  
 Notas: 1) Amostra corresponde a 116 organizações em 2017, 113 em 2016, 100 em 2012, e 102 em 2010 (anos de coleta dos dados). 2) Permite múltiplas respostas.

## A EVOLUÇÃO DE UM PARADIGMA



Fonte: Idis

promover soluções mais efetivas e inteligentes – o que exige abordagens inovadoras (mais sobre **inovação**).

Para isso, também será preciso olhar para dentro. “Há várias organizações importantes atuando, como Pacto Global e Ethos, mas isso é insuficiente para o tamanho do desafio que temos. Como a atividade empresarial contribui, por exemplo, para o cumprimento da NDC brasileira [contribuição nacional para redução de emissões]? Que mudanças as empresas estão fazendo em seus processos internos e em toda a sua cadeia, para que possamos ter uma perspectiva de desenvolvimento sustentável?”, questiona Barros.

### O PASSO QUE FALTA

Dados não faltam: a comunidade científica, a academia e até mesmo as organizações da sociedade civil têm sido pródigas em gerar e divulgar conhecimento sobre os grandes problemas ambientais, além de apresentar caminhos e soluções. Todo esse manancial de informações está à mão dos gestores das empresas no Brasil, mas como convencê-los a transformar isso em ações práticas?

Para Guilherme Checco, pesquisador do Instituto Democracia e Sustentabilidade (IDS), grande parte das empresas já está devidamente informada sobre as questões ambientais, mas até o

momento poucas assimilaram de fato essas informações e as trouxeram para o seu negócio. Ele cita como exemplo o setor do saneamento básico. “Ainda que sejam bem informados e instruídos, os gestores na maioria das empresas de saneamento no Brasil ainda operam levando em conta apenas o histórico de chuvas que foi registrado”. As novas projeções climáticas e a questão da proteção de mananciais, por exemplo, estão longe de seus radares.

Além de informar as mentes, será preciso engajar os corações, falando direto ao *core business* das empresas. Isso vai requerer a construção de outras narrativas, que nem a ciência nem os socioambientalistas parecem dominar hoje. Nicolletti, do FGVces, aposta no uso do termo “redução de vulnerabilidades”, uma linguagem mais assimilável no meio empresarial. “É por esse caminho que faz sentido pensar o Investimento Social Privado”, diz.

Ou seja, embora o ISP vise a geração de bens públicos, quando estes impactam positivamente os negócios do investidor o engajamento tende a ocorrer mais facilmente. Isso porque os danos ambientais podem ser diretos, como a interrupção no fornecimento de água de uma planta industrial, até indiretos, como jurídicos e de reputação. Na questão da energia renová-

vel, as ações em geral levam o carimbo de redução de emissões, mas o setor privado percebe também que isso reduz risco porque diversifica suas fontes de energia (mais sobre **energia renovável**).

Outro caminho para estimular a adesão do investimento privado em questões ambientais, segundo Nicolletti, é trabalhar com o que se chama de “convergências de políticas públicas”, teoria que pesquisou em sua tese de doutorado e se aplica também ao setor privado.

*Grosso modo*, significa utilizar a força de outras agendas bastante consolidadas, que já possuem atenção da mídia e o engajamento de diversos atores, inclusive do setor privado, para aplicar nas questões ambientais. É o caso das agendas de saúde e bem-estar, por exemplo, que trazem um maior apelo quando se fala em adaptação à mudança do clima.

Segundo ela, na hora em que as empresas teorizam os riscos e as oportunidades e chegam à prática, são levadas a ações que já tinham sido planejadas, ou estão sendo implementadas, mas partindo de outras lentes. São medidas que têm a ver com saúde e segurança, saúde do trabalhador, Recursos Humanos, e eficiência no uso de recursos hídricos. Com isso, basta convergir os esforços já existentes, em

vez de lançar outras agendas.

### NOVO ENQUADRAMENTO

*Reframing climate* – dar um outro enfoque para o tema da mudança do clima – é a expressão que Renata Piazzon, gerente executiva do Programa Mudanças Climáticas do Instituto Arapyauá, usa ao defender a necessidade de se adotar novas narrativas sobre clima, água e energia. Para ela, é preciso recheiar o discurso com dados de economia, emprego, geração de renda. “Estamos falhando na comunicação e precisamos entender como fazer de forma diferente”, diz (mais sobre **disseminação e engajamento**).

A organização apoia projetos como o MapBiomas, plataforma gratuita que reúne imagens em alta resolução sobre uso da terra. O Brasil é o sétimo maior emissor de gases de efeito estufa e quase metade das emissões (44%) provém da mudança no uso da terra. Em apenas seis meses, o projeto validou 4.577 alertas de desmatamento em todo o País. Também apoia a Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura, movimento multissetorial formado por entidades do agronegócio, indústria, academia e ONGs em defesa da agricultura sustentável e do cumprimento das metas climáticas brasileiras.

O instituto, que também atua

como um articulador entre essas organizações e outras presentes na Amazônia, como Ipam e Imazon, está em uma busca ativa de atores-chave do setor privado para integrar e “aumentar a ambição” dessa agenda. Para identificar novas empresas, o instituto conta com o mapeamento de *stakeholders* da consultoria Tree Intelligence, que usa ferramentas como Big Data e Inteligência Artificial.

O grande desafio, como dizem os próprios socioambientalistas, é “sair do gueto”, ou seja, despertar o interesse da sociedade em geral, popularizando o tema. Os momentos críticos ajudam, ao menos, a dar um empurrão nesse sentido. “A gente viveu e vive crises hídricas, dificuldades de abastecimento, conflitos pela água. Isto, de certo modo, mexeu no coração do empresário brasileiro, mas ainda de maneira tímida. Tocou o coração de alguns, mas não de toda a indústria”, avalia Checco, do IDS.

O instituto chegou a fazer um **evento**, em 2016, com o tema “Saindo do gueto ambientalista: o desafio de mobilizar as pessoas para a sustentabilidade”, reunindo personalidades como o cineasta Fernando Meirelles e o especialista em identidade de marca Ricardo Guimarães, da Thymus Branding (mais no **Bau**).

Checco dá um exemplo. O IDS

há três anos se aprofunda na questão das tarifas de água e esgoto, um assunto complexo, com cálculos e interesses em jogo. Enquanto isso, as pessoas mal sabem o que são essas tarifas. Grande parte da população nas cidades mora em prédio e nem sequer recebe esta conta no final do mês, pois ela vem embutida no condomínio. Segundo ele, embora a água seja elementar à vida e esteja em tudo o que se consome, no dia a dia passa despercebida. Mais que informar, o desafio está em traduzir as informações e criar narrativas envolventes.

“O terceiro setor descobriu as campanhas de comunicação, mas se não se dedicar a manter o engajamento, morre na praia, dispersa recursos valiosos, não só financeiros, mas de credibilidade”, diz Barros, da Avina. “A comunicação é carro-chefe nas estratégias. Como convencer o cidadão de que a falta d’água na torneira tem a ver com o desmatamento na Amazônia?”

### DESAFIOS DO ISP EM SI

Fora os desafios na agenda ambiental, o ISP precisa lidar com mudanças no contexto de sua própria atuação. Há uma cobrança, da sociedade em geral, por mais transparência, maior relevância e maior escala. A avaliação é de Deboni, do Instituto Sabin.

Para ele, todo o fenômeno da internet e das redes sociais faz com que o cidadão e o consumidor, tendo mais acesso à informação, alimente mais expectativas em relação às organizações com as quais se relacionam. “Não dá mais para eu criar um instituto que faça um projetinho pontual para atender 20 jovens do lado da planta industrial da empresa. As pessoas esperam mais das marcas”, diz.

Segundo Deboni, novas ferramentas e formas de atuar, como os investimentos de impacto, elevam o grau de complexidade do ISP, exigindo projetos mais elaborados e inovadores. O uso da tecnologia, a seu ver, será um elemento-chave para que o ISP ganhe escala e alcance parcelas maiores da sociedade. Para isso, ele vê dois caminhos: um via mercado, por meio de investimentos de impacto, e outro via governo, com o ISP atuando junto a políticas públicas. Quanto mais alta a esfera governamental, maior o alcance, ou seja, para se obter maior escala, será preciso falar não apenas com prefeituras e poderes locais, mas atuar junto a ministérios.

Os investidores sociais, no entanto, encontram um desafio prático ao buscar a escala. “Se eu for para o caminho da política pública, naturalmente perco o controle sobre o meu projeto, pois tenho que me

relacionar com o Estado, que possui muitas nuances e instâncias”, diz Deboni. Só que a grande maioria dos institutos corporativos trabalha em uma lógica de orçamentos anuais. Então se você perde o controle sobre o projeto no médio e longo prazo, não consegue, no final do ano, entregar um resultado de curto prazo que justifique a sua continuidade de orçamento, de equipe, de agenda etc.

“Este é um baita desafio: como gerar entregas de curto prazo sem se perder nelas e, ao mesmo tempo, construir uma agenda de médio e longo prazo em direção à escala” (mais sobre **escola e inclusão**).

Andrea Wolffenbüttel, do Idis, adiciona um desafio que é a própria sustentabilidade financeira dos projetos. Como o ISP tem um olhar mais estratégico e não pontual, precisa atuar de uma forma que a agenda permaneça e continue gerando frutos para a sociedade. Mas como conseguir recursos de forma permanente? “Ou se escala para o governo, ou se encontra formas de o projeto conseguir sustentabilidade financeira [como gerar rendas que são reinvestidas]”. No contexto de limitação de recursos, ditado pela recuperação econômica que ainda não veio, esse é um desafio dos mais cruciais. (Colaboraram: Andrea Vialli e Magali Cabral)