



*INCENTIVOS FISCAIS FEDERAIS PARA
A CAPTAÇÃO DE RECURSOS*

GUIA SOBRE
**INCENTIVOS
FISCAIS**
PARA
**CAPTADORES
DE RECURSOS**
DE OSCs

MICHEL FRELLER



FILANTROPIA

COMPARAÇÃO DE IMUNIDADE E ISENÇÃO

Diferenças básicas entre Imunidade e Isenção

Imunidade	Isenção
Regida pela Constituição Federal.	Regida por legislação infraconstitucional. (menor que a constituição)
Não pode ser revogada, nem mesmo por Emenda Constitucional.	Pode ser revogada a qualquer momento.
Não há o nascimento da obrigação tributária.	A obrigação tributária nasce, mas a OSC é dispensada pelo poder público de pagá-lo.
Não há o direito de cobrar o tributo. Cláusula Pétrea	Há o direito de cobrar, mas ele não é efetuado.

Fonte: Constituição Federal e doutrina jurídica - quadro adaptado por Danilo Tiisel (2013)

MECANISMOS INDIRETOS PARA CAPTAÇÃO DE RECURSOS PÚBLICOS

Benefícios tributários e incentivos fiscais

- **Imunidades** (limitação constitucional, de competência)
- **Isenções** (direito de cobrar tributo não exercido)
- **Incentivos fiscais** (dirigidos aos **financiadores** dos projetos socioambientais, esportivos, crianças, jovens, saúde e culturais)



INCENTIVOS FISCAIS

- Estímulos concedidos pelo governo, na área fiscal, para que recursos sejam canalizados para segmentos específicos (econômico, **cultural**, esportivo, **social**)
- Por um lado, os incentivos funcionam como estratégia de captação de recursos junto a empresas e pessoas
- Por outro lado, os incentivos promovem a criação de uma cultura de **participação cidadã**
- São regulamentados por leis específicas no âmbito federal, estadual e municipal.



Leis de Incentivos Fiscais

Tipos de Leis de Incentivo	Impostos Relacionados	Pessoas Jurídicas	Pessoas Físicas
Federais	Imposto de Renda	Tributadas pelo Lucro Real	Utilizam declaração de IRPF no modelo Completo
Estaduais	ICMS	Que produzam e/ou comercializem mercadorias e serviços	Não Pode
Municipais	ISS e IPTU	Prestadores de Serviços e donos de imóveis	Não Pode **

INCENTIVOS FISCAIS FEDERAIS

Principais Modalidades

Doações para

- Entidades sem fins lucrativos,
- Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente e do Idoso
- Atividade desportiva e paradesportiva
- Operações de caráter cultural e artístico
- Atividade audiovisual
- Saúde – Pronon e Pronas-PCD



FONTES DE FINANCIAMENTO / RECURSOS



PRINCIPAIS FONTES DE RECURSOS/ FINANCIAMENTO

Fontana di Trevi: as moedas que rendem 1,5 milhão de euros por ano

Doadas para a Caritas, que mantém um supermercado em Casilino, onde os/as sem teto podem fazer compras de graça



PRINCIPAIS FONTES DE RECURSOS/ FINANCIAMENTO



PRINCIPAIS FONTES DE RECURSOS/ FINANCIAMENTO / ESTRATÉGIAS/ FERRAMENTAS

- Iniciativa privada
- Organizações Religiosas
- Fundações nacionais e internacionais
- Fontes Institucionais
- Governos



Recursos por fonte no Brasil

Doações, convênios e outros (em bilhões de reais)

Fontes de Recursos	Pesquisa FGV (1)	Outras estimativas	Total
Pessoas físicas (2015)	-	13,7 (2)	13,7
Governo Federal	3,4	-	3,4
Governos estaduais e municipais	14,2	-	14,2
Empresas e fundações Gife (sem incentivos) 2016	2,85 (5)	-	2,85
Incentivos fiscais empresas 2016	-	2,71(3)	2,72
Outras empresas (atualizado inflação)	-	9(4)	9
Internacional	0,7	-	0,7
TOTAL	21,15	26,09	46,57

(1) Pesquisa FGV e Articulação D3 – dados de 2012 (MENDONÇA, 2013)

(2) Pesquisa IDIS – Pesquisa doação Brasil 2015

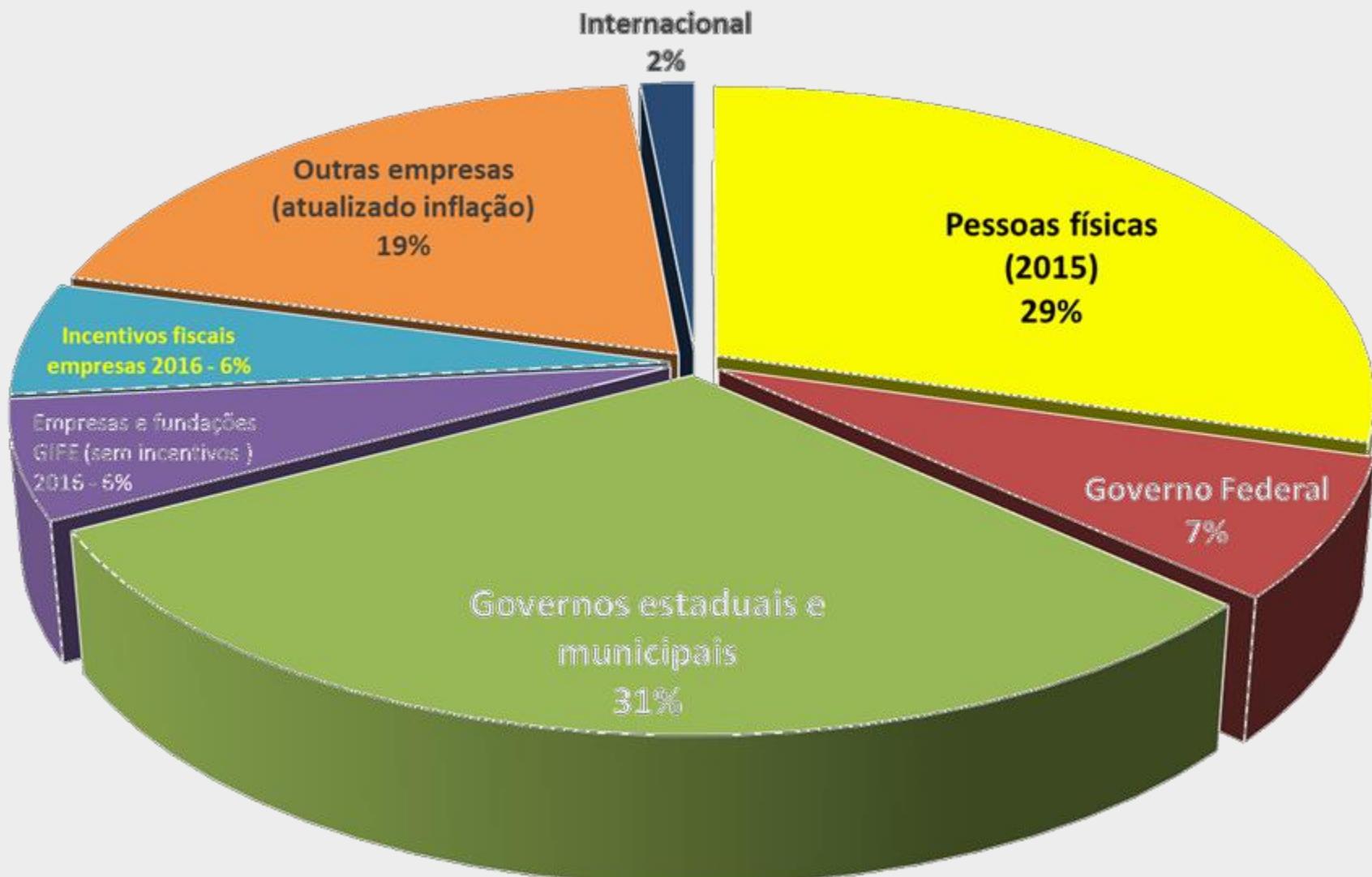
(3) Receita Federal 2016

(4) Pesquisa PASE do IPEA 2006 excluindo os valores referente as empresas do GIFE e incentivos e atualizados em 100% pela inflação do período para 2018

(5) Censo GIFE 2016

Estaduais + 1 bi - cultura e esporte (0,65 + 0,35)

Recursos por fonte no Brasil



AS ESTRATÉGIAS PARA MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS PARA AS OSCS

Três principais estratégias, para acessar as fontes já comentadas. Podem ser mistas, ou seja, combinadas entre si, gerando então uma nova estratégia:

Por Projetos –
(Grants)

Apoiadores de causas
- (Supporters)

Geração de Renda Própria
– GRP

Cada uma destas estratégias pode ter estratégias secundárias, táticas e ferramentas específicas.



Relação: fonte x estratégia x tática

Estratégia principal	Estratégia secundária	Táticas	Ferramentas / Canais	
1) Por projeto (Grants)	1. Sem incentivo	a) Pesquisa (editais e parceiros), gestão coletiva	SICONV; termo de fomento, de colaboração e de parceria nas 3 esferas; parceria; pesquisa; websites; emenda parlamentar; penas alternativas	Escrever projeto / plano de trabalho / pesquisa e visitas
	2. Incentivos Fiscais Federais, Estaduais e Municipais	b) Formatar o projeto c) Funcionários das empresas parceiras	Federais: cultura, Idoso, criança e adolescente, esporte, saúde ProAC e outros incentivos estaduais e municipais	
	3. Financiamento coletivo (crowdfunding)	d) Rede de contatos	Websites e filme de 2min	
	4. Prêmios	e) Pesquisa	Inscrição	
2) Apoiadores da causa (supporters)	1. Grandes e médios doadores (major donors)	a) Legados	Rede, visitas pessoais, desenvolvimento de conselhos, email e pesquisa, cotas, incentivos fiscais, contar histórias, selo, websites, nome de espaços	
		b) Doação em dobro (Matchfund)		
		c) Investidor anjo, love e seed money, venture capital		
		d) Com vínculo à organização ou a seus gestores		
		e) Sem vínculo		
		f) Campanha capital		
	2. Pequenos doadores	g) Doação regular, recorrente (membership-adote)	Cara a cara, email, mala direta, clique e agende, telemarketing, redes sociais, jogos, torpedo - SMS, contar histórias, tijolo, voluntariado, embaixadores da causa, vídeos, direct response - TV, comunicação permanente, P2P	
		h) Apadrinhamento (programa de afiliação)		
		i) Solicitação - doação única - identificada		
		j) Solicitação - doação não identificada, movimento		
	3. Parcerias	l) Prestadores de serviços	Visitas, pesquisa, contratos, penas alternativas	
		m) Pesquisa / Nota fiscal (paulista)		
		n) Diretoria / voluntários		
	4. Catástrofes	o) Emoção e emergência	Redes sociais, anúncios, SMS, vídeos	
3) Geração de Renda Própria (GRP)	1. Venda de produtos	a) Micro doação - arredondar, NFP	Divulgação, anúncios, cartão de crédito, websites de venda, estatuto ajustado	
		b) Loja própria		
		c) Bazar / brinde / rifa / leilão / compre 1 e doe 1		
		d) Pesquisar e formatar		
	3. Licenciamento	e) Criar personagem	Rede, pesquisa e reunião, estatuto ajustado	
	4. MRC- Marketing relacionado a causas	f) Gestão de marcas e parcerias (Branding)		
	5. Eventos	g) Patrocínio / cotas - Definir tema, pessoa famosa (embaixador), patroness - Show/ jantar / palestra / bingo / leilão etc.		
	6. Captação de produtos (in kind)	h) Rede/ Coleta / pré-compra/permute / contra partida / compre um - doe um		
	7. Fundos patrimoniais	i) Gestão e governança	Regulamentos específicos e estatuto	
	8. Aluguéis	j) Anúncios	Contrato	

Relação: fonte x estratégia x tática

Por projeto

Estratégia principal	Estratégia secundária	Táticas	Ferramentas / Canais	
1) Por projeto (Grants)	1. Sem incentivo	a) Pesquisa (editais e parceiros), gestão coletiva	SICONV; termo de fomento, de colaboração e de parceria nas 3 esferas; parceria; pesquisa; websites; emenda parlamentar; penas alternativas	Escrever projeto / plano de trabalho / pesquisa e visitas
	2. Incentivos Fiscais Federais, Estaduais e Municipais	b) Formatar o projeto	Federais: cultura, Idoso, criança e adolescente, esporte, saúde	
		c) Funcionários das empresas parceiras	ProAC e outros incentivos estaduais e municipais	
	3. Financiamento coletivo (crowdfunding)	d) Rede de contatos	Websites e filme de 2 min	
	4. Prêmios	e) Pesquisa	Inscrição	

Relação: fonte x estratégia x tática

Por projeto

Estratégia principal	Estratégia secundária	Táticas	Ferramentas / Canais	
1) Por projeto (Grants)	1. Sem incentivo	a) Pesquisa (editais e parceiros), gestão coletiva	SICONV; termo de fomento, de colaboração e de parceria nas 3 esferas; parceria; pesquisa; websites; emenda parlamentar; penas alternativas	Escrever projeto / plano de trabalho / pesquisa e visitas
	2. Incentivos Fiscais Federais, Estaduais e Municipais	b) Formatar o projeto	Federais: cultura, Idoso, criança e adolescente, esporte, saúde	
		c) Funcionários das empresas parceiras	ProAC e outros incentivos estaduais e municipais	
	3. Financiamento coletivo (crowdfunding)	d) Rede de contatos	Websites e filme de 2 min	
	4. Prêmios	e) Pesquisa	Inscrição	

TOTAL DE INCENTIVOS PARA PESSOAS JURÍDICAS

Incentivos Fiscais	Empresas Lucro Real
	% do IR devido
Cultura*	4 (3+1)
Esporte	1
Crianças e Adolescentes	1
Idoso	1
Pronon	1
Pronás / PCD	1
TOTAL	9

Fonte: elaboração própria

TOTAL DE INCENTIVOS PARA PESSOAS JURÍDICAS

Incentivos Fiscais	Empresas Lucro Real
	% do IR devido
Cultura*	4 (3+1)
Esporte	1
Crianças e Adolescentes	1
Idoso	1
Pronon	1
Pronás / PCD	1
TOTAL	9

* 3% audiovisual
+ 4% Rouanet –
máximo 4%

Não acumula

TOTAL DE INCENTIVOS PARA PESSOAS JURÍDICAS

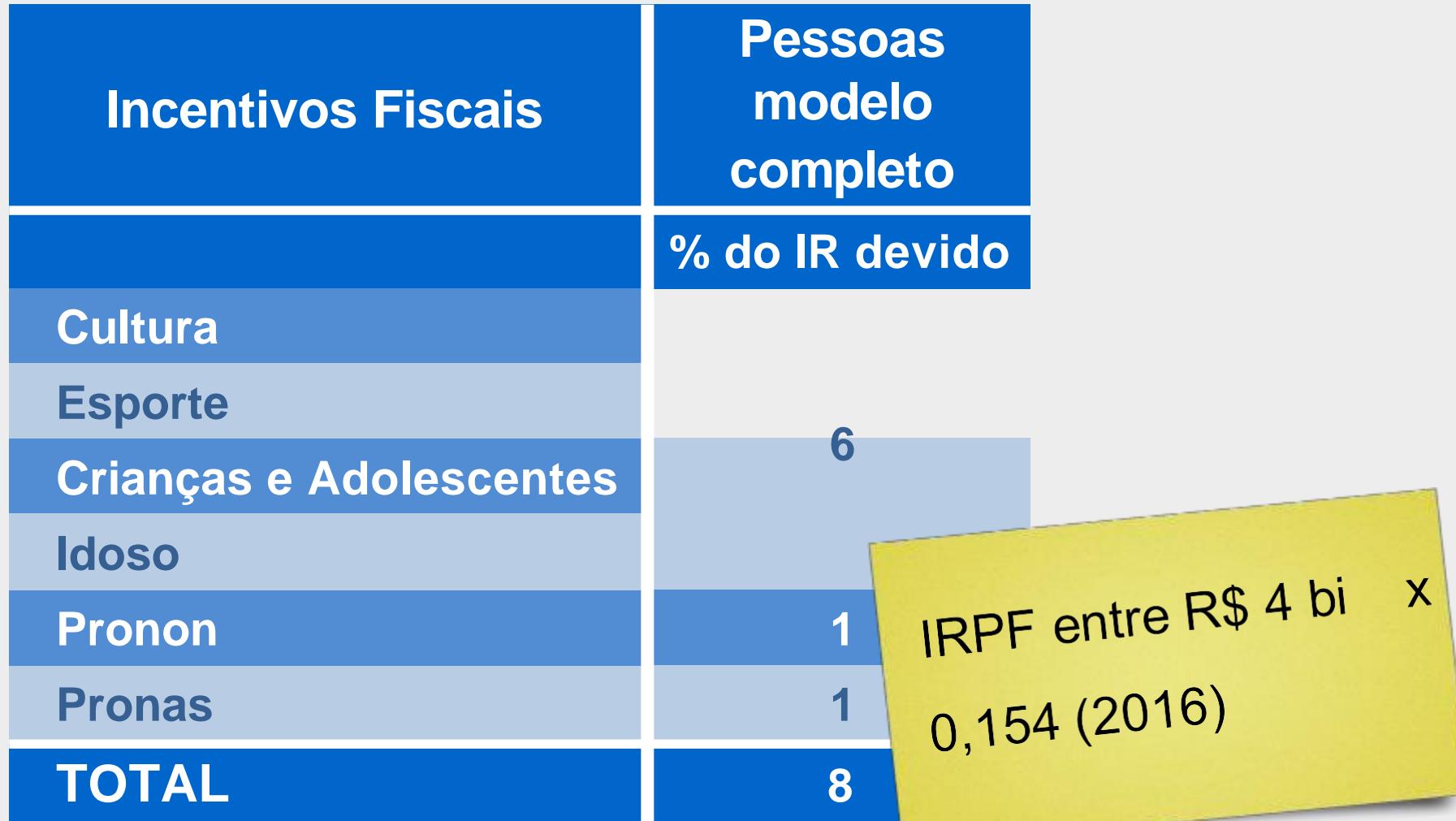
Incentivos Fiscais	Empresas Lucro Real
	% do IR devido
Cultura*	4 (3+1)
Esporte	1
Crianças e Adolescentes	1
Idoso	1
Pronon	1
Pronás / PCD	1
TOTAL	9

IRPJ 2015 R\$ 72 bi
61% alíquota de 15% =
4 bi x 2,7 (hoje)

TOTAL DE INCENTIVOS PARA PESSOAS FÍSICAS

Incentivos Fiscais	Pessoas modelo completo	% do IR devido	Acumula no teto de 6%
Cultura			
Esporte			
Crianças e Adolescentes		6	
Idoso			
Pronon		1	
Pronas		1	
TOTAL		8	

TOTAL DE INCENTIVOS PARA PESSOAS FÍSICAS



VALORES DA RENÚNCIA FISCAL COM INCENTIVOS PARA OSCs E PRODUTORES CULTURAIS*

LEI	2016
	PF
Cultura (Rouanet — art 18 e 26 + audiovisual)	39,7
Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente	90,4
Esporte	5,1
Fundo do Idoso	8,1
Pronon + Pronas - PCD	10,3
Total em R\$	153,7
%	6,2%

Quantidade de pessoas que utilizam incentivos por tipo de incentivo

	2.012	2.013	2.014
Cultura (Rouanet - art 18 e 26 + audiovisual)	25.169	23.204	14.874
Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente	148.998	100.565	82.005
Esporte	2.178	1.835	2.968
Fundo do Idoso	13.427	11.560	10.135
Pronon		18.438	18.874
Pronás		13.460	13.008
TOTAL	191.784	171.075	143.878

Leis de Incentivos Fiscais

Como funciona?



- Credenciamento
- Elaboração e envio do projeto
- Captação de Recursos
- Execução
- Prestação de Contas

Leis de Incentivos Fiscais

Como funciona?



Leis de Incentivos Fiscais

Como funciona?



INCENTIVOS FISCAIS

Doação para entidades sem fins lucrativos - UPF ou OSCPs

Lei nº 9.249/95 - Beneficiários

- Pessoas jurídicas podem fazer **doações diretas a entidades** civis, sem fins lucrativos, constituídas no Brasil, utilizando incentivo específico





Lei nº 9.249/95 - Beneficiários

- Pessoas jurídicas podem fazer **doações diretas a entidades** civis, sem fins lucrativos, constituídas no Brasil, utilizando incentivo específico



INCENTIVOS FISCAIS

Doação para entidades sem fins lucrativos

Lei nº 9.249/95 e 13.019/14

Promove-se a dedução do valor das doações como despesa operacional até o **limite de 2% do lucro operacional – Receita bruta**

- A declaração de Imposto de Renda da doadora deve ser com base no **Lucro Real** (vedado às de lucro presumido ou Simples)
- **34%** da doação “**recuperada**” (deixa-se de pagar para ao Governo e investe-se na entidade)
- **66% da doação é efetiva**
- Instrução Normativa **RFB n.1700 de 14 de março de 2017** em seu **artigo 139 item III** reitera que é 2% sobre lucro operacional apesar de manter a obrigatoriedade do título de Utilidade Pública extinto em 2016.

INCENTIVOS FISCAIS

Doação para entidades sem fins lucrativos

Requisitos

- Doações em dinheiro: **crédito na conta corrente** diretamente em nome da beneficiária
- A Pessoa jurídica doadora deverá manter em arquivo declaração (modelo IN SRF 87/1996) da beneficiária comprometendo-se a aplicar integralmente os recursos na consecução dos objetivos sociais e não distribuir lucros, bonificações ou vantagens

INCENTIVOS FISCAIS PARA CRIANÇA E ADOLESCENTE

Histórico



CONSELHOS DE DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

Os conselhos são canais legais de participação da sociedade civil nas políticas de crianças e adolescentes

Podem ser municipais, estaduais ou federal

São órgãos paritários (a sociedade civil e o poder público têm igual número de representantes)

Controlam os Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente

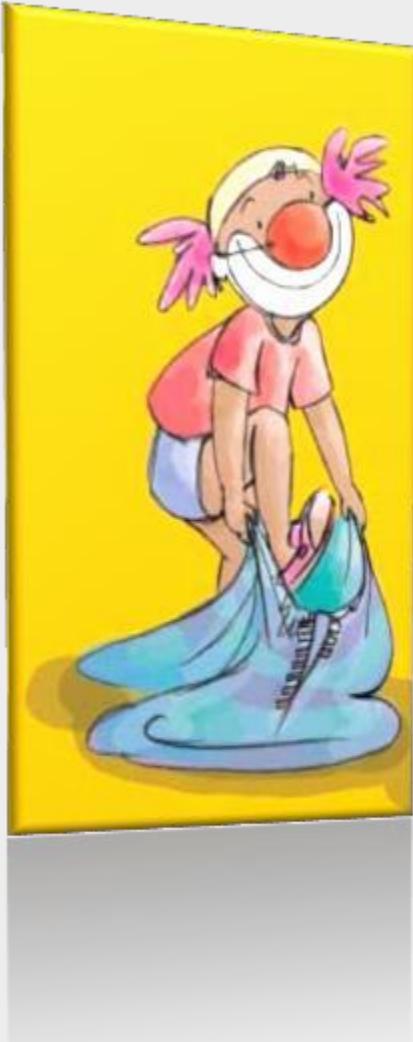


Funções do Conselho (linhas gerais)

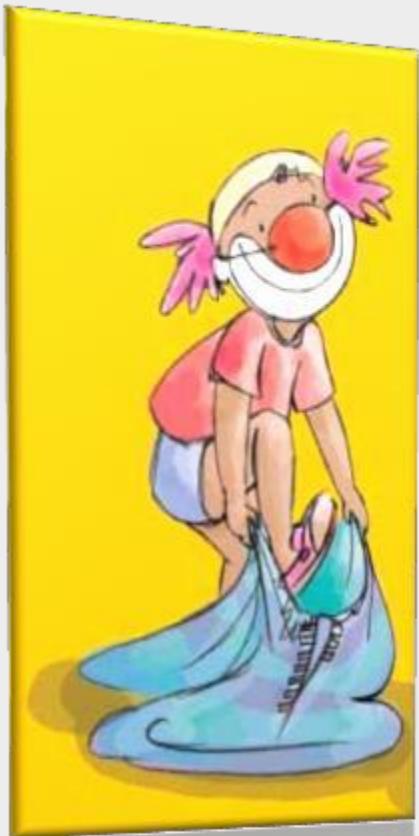
- Formular políticas públicas
- Definir a forma de utilização dos recursos dos Fundos
- Aprovar **programas e projetos**
- Fiscalizar e monitorar os órgãos governamentais e não governamentais que prestam serviços públicos na área da infância



FUNDOS DA CRIANÇA EDO ADOLESCENTE



- Os Fundos são **instrumentos para captação de recursos** (promoção e defesa da criança e do adolescente)
- Podem ser municipais, estaduais ou federal
- Os recursos dos fundos são movimentados pelos Conselhos
- FUMCAD / FUNCRI / FIA / CEDCA / CONDECA



POLÊMICA DA INDICAÇÃO DE ORGANIZAÇÃO / PROJETO

Art. 3º O FUMCAD contará com verba procedente do Orçamento Municipal para:

§ 3º No caso de doação condicionada à utilização em projeto específico, proposto por órgão governamental ou pela sociedade civil e aprovado pelo CMDCA, permanecerão, no FUMCAD, 10% (dez por cento) do valor doado para subsidiar outras propostas.

Decreto Municipal São Paulo - 54.799 de 2014 – Art 3 - § 3.

<https://leismunicipais.com.br/a/sp/s/sao-paulo/decreto/2014/5479/54799/decreto-n-54799-2014-confere-nova-regulamentacao-a-lei-n-11247-de-1-de-outubro-de-1992-que-cria-o-fundo-municipal-dos-direitos-da-crianca-e-do-adolescente-fumcad>

REGISTRO NO CMDCA



<http://www.cliqueesperanca.org/doacaoweb>



<http://fumcad.prefeitura.sp.gov.br/forms/principal.aspx>

<http://fumcad.prefeitura.sp.gov.br/forms/conheca.aspx>

INCENTIVOS FISCAIS (ESPORTE/ CMDCA/ IDOSO/ SAÚDE)

Pessoas jurídicas

Tributadas pelo lucro real podem deduzir até 1% do Imposto de Renda devido

Quantas empresas – CNPJ existem no Brasil?

- a) 18,6 milhões
- b) 12,4 milhões
- c) 8,2 milhões
- d) 5,6 milhões
- e) 2,9 milhões



INCENTIVOS FISCAIS (ESPORTE/ CMDCA/ IDOSO/ SAÚDE)

Pessoas jurídicas

Tributadas pelo lucro real podem deduzir até 1% do Imposto de Renda devido

Quantas % declaram por lucro real?

- a) Menos de 2,9%
- b) 3 a 5%
- c) 5,1 a 10%
- d) 10,1 a 15%
- e) Mais de 15%



INCENTIVOS FISCAIS (ESPORTE / CMDCA / IDOSO / CULTURA)

Pessoas físicas

Com modelo de declaração completa podem deduzir até 6% do Imposto de Renda devido

Quantas pessoas entregaram imposto de renda em abril deste ano?

- a) 28,5 milhões
- b) 21,4 milhões
- c) 18,2 milhões
- d) 15,1 milhões



INCENTIVOS FISCAIS

ESPORTE/ CMDCA/ IDOSO/ SAÚDE

Pessoas jurídicas

- Tributadas pelo lucro real podem deduzir até 1% do Imposto de Renda devido
- 150 mil Empresas / 2,9% dos contribuintes PJ / 70% do arrecadado pela Receita com IRPJ

Pessoas físicas

- Com modelo de declaração completa podem deduzir até 6% do Imposto de Renda – 41% = 12 milhões de pessoas



www.educadoressemfronteiras.org.br



Educadores
sem
Fronteiras

A gente leva educação até onde ela precisa ir

Transforme seu I.R. em sorrisos!

Destine até 3% do seu IR devido para os projetos do Lar das Crianças!

Escolha até 28 de abril um dos nossos projetos aprovados pela Lei Rouanet e pelo Condeca.

Este valor é integralmente deduzido do seu imposto de renda e permite a continuidade de projetos que potencializam a formação integral de crianças em situação de vulnerabilidade social.



Quem pode participar?

Pessoas que fazem a **declaração do imposto de renda no modelo completo**.



Conheça os projetos que você pode apoiar:

via Condeca: Projeto Alicerce - Ampliando Horizontes para Tecer Futuros

via Lei Rouanet: Projeto 80 anos do Lar das Crianças da CIP

[clique e saiba mais!](#)



Em caso de dúvidas e para mais informações, entre em contato:
larascrianças@cip.org.br ou (11) 5522-0438

Transforme seu I.R. em sorrisos!

Destine até 3% do seu IR devido para os projetos do
Lar das Crianças

Escolha até 28 de abril um dos nossos projetos
aprovados pela Lei Rouanet e pelo Condeca.

Este valor é integralmente deduzido do seu imposto de
renda e permite a continuidade de projetos que
potencializam a formação integral de crianças em
situação de vulnerabilidade social.



Quem pode participar?

Pessoas que fazem a **declaração do imposto
de renda no modelo completo**.



Conheça os projetos que você pode apoiar:

via Condeca: Projeto Alicerce - Ampliando Horizontes para Tecer Futuros

via Lei Rouanet: Projeto 80 anos do Lar das Crianças da CIP

[clique e saiba mais!](#)

Em caso de dúvidas e para mais informações, entre em contato:
larascrianças@cip.org.br ou (11) 5522-0438



FUNDO DO IDOSO

Lei 12.213/2010
institui o Fundo Nacional do Idoso, faculta à pessoa jurídica a dedução do Imposto de Renda devido.

Este benefício fiscal não poderá ultrapassar 1% do imposto devido.



Formas de desporto

■ **Desporto educacional:** complementar às atividades educacionais e com a finalidade de alcançar o desenvolvimento integral do indivíduo e o exercício da cidadania. **50% alunos de escola pública.**

Formas de desporto

■ **Desporto de participação:** finalidade de contribuir para a **integração dos praticantes na plenitude da vida social**, na promoção da saúde e preservação do meio ambiente.

Esporte como lazer

Formas de desporto

■ **Desporto de rendimento:** finalidade de obter resultados e integrar pessoas e comunidades do país, e estas com as de outras nações

CARÁTER CULTURAL E ARTÍSTICO

Panorama Brasileiro

EVOLUÇÃO LEGISLATIVA

- 1986 – Lei Sarney (7.505/86)
- 1990 – Lei Mendonça (Município de São Paulo – 10.923/90)
- 1991 – Lei Rouanet (8.313/91)
- 1993 – Lei do Audiovisual (8.685/93)
- 1999 – Artigo 18 – 100%
- 2006 – ProAC (Programa de Ação Cultural – Estado de SP – 12.268)
- 2019 – Instrução Normativa num.2
- ???? - Prócultura



A lei Rouanet precisa mudar, porque?



A lei Rouanet precisa mudar, porque?

Agora vai se chamar lei de incentivo a cultura



A Lei Federal de Incentivo à Cultura é a denominação dada a Lei nº 8.313 do dia 23 de dezembro de 1991.

História [editar | editar código-fonte]

Sancionada pelo então presidente **Fernando Collor de Mello** a lei instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC, estabelecendo, naquele momento, as políticas públicas para a cultura nacional. Essa lei é conhecida também por **lei Rouanet** (em homenagem a **Sérgio Paulo Rouanet**, seu criador e secretário de cultura da Presidência da República de então).

Lei Rouanet precisa mudar, porque?

Não vai ter mamata para artista famoso

 “QFC News” o que você precisa saber!

SEXTA-FEIRA, 05 DE OUTUBRO DE 2012 - ANO 1 - ED. 54

“Ministério da Cultura libera R\$ 4,3 milhões para dupla Jorge & Mateus”



TÁ COM MUITA SACANAGEM! SÃO POBRES NÃO? TADINHOS!

Shows Jorge & Mateus

PRONAC: **120086** Segmento: **Música Popular Can...** Área: **Música**

Proponente: **J&M PRODUÇÕES ARTISTICAS LTDA** CPF/CNPJ: **09.001.792/0001-93**

Data: **01/05/2012 - 31/12/2012** Município: **Goiânia, GO**

Valor Proposta: **R\$ 4.955.020,00** Valor Captado: **R\$ 0,00**

► RESUMO



VER PROJETO

VERSALIC

PORTAL DE VISUALIZAÇÃO DO SISTEMA DE APOIO ÀS LEIS DE INCENTIVO À CULTURA

Dados

89.778

Projetos enviados

242.652

Propostas submetidas

43.351

Proponentes
cadastrados

83.278

Incentivadores
contribuindo

72.938

Fornecedores

<http://versalic.cultura.gov.br/#/home>

Segundo [estudo da Fundação Getúlio Vargas](#) divulgado no ano passado, em 27 anos desde sua criação, a Lei Rouanet permitiu a realização de 53.368 projetos que injetaram um total de R\$ 17,6 bilhões na economia criativa brasileira, ou R\$ 31,2 bilhões se considerada a inflação.



Redução da Rouanet vai poupar museus, mas atacar musicais

Entorno de Bolsonaro ameniza fala do presidente sobre não haver exceções

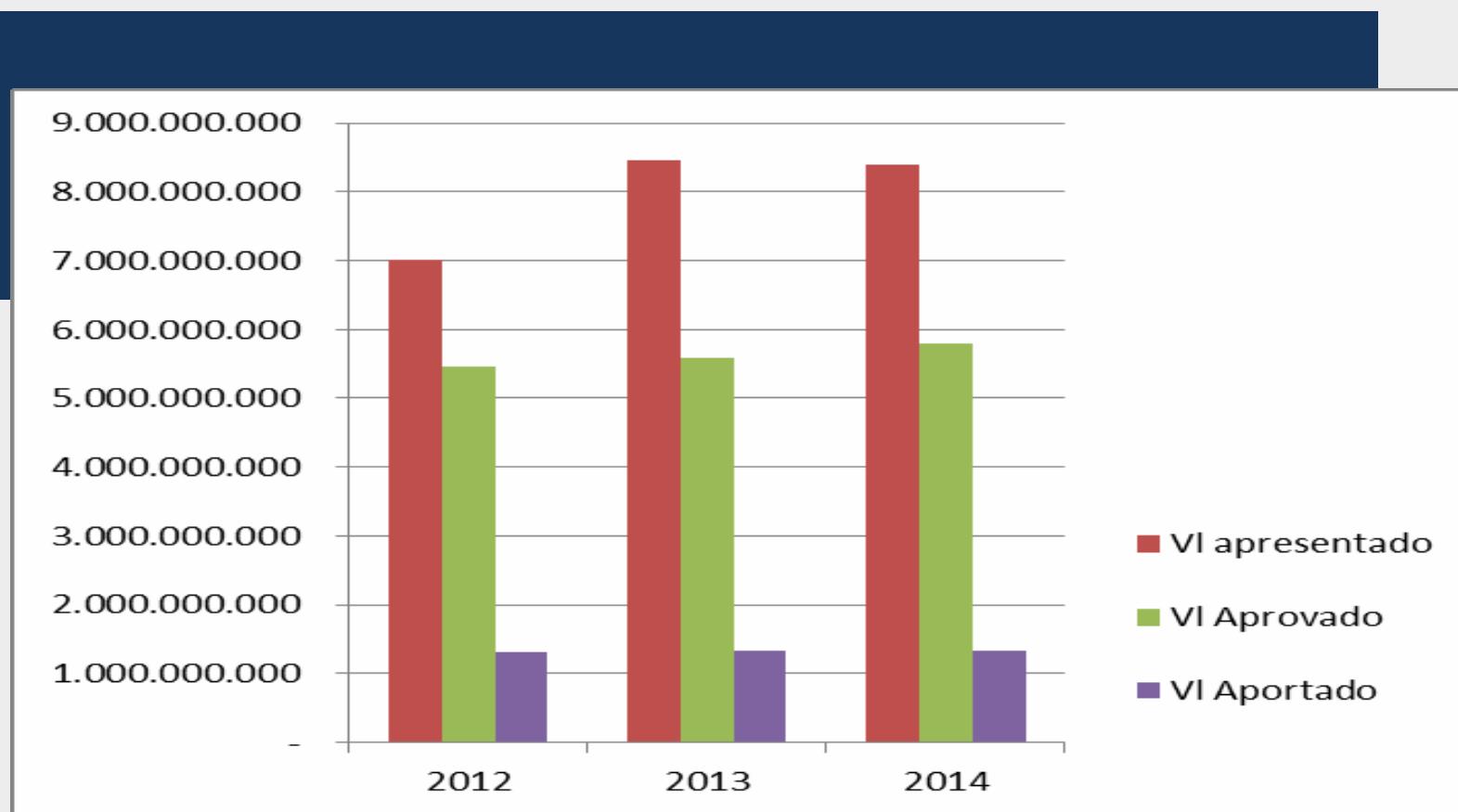


**Nova instrução normativa:
LIMITE de R\$1 Milhão por projeto**

Concentração no Sudeste

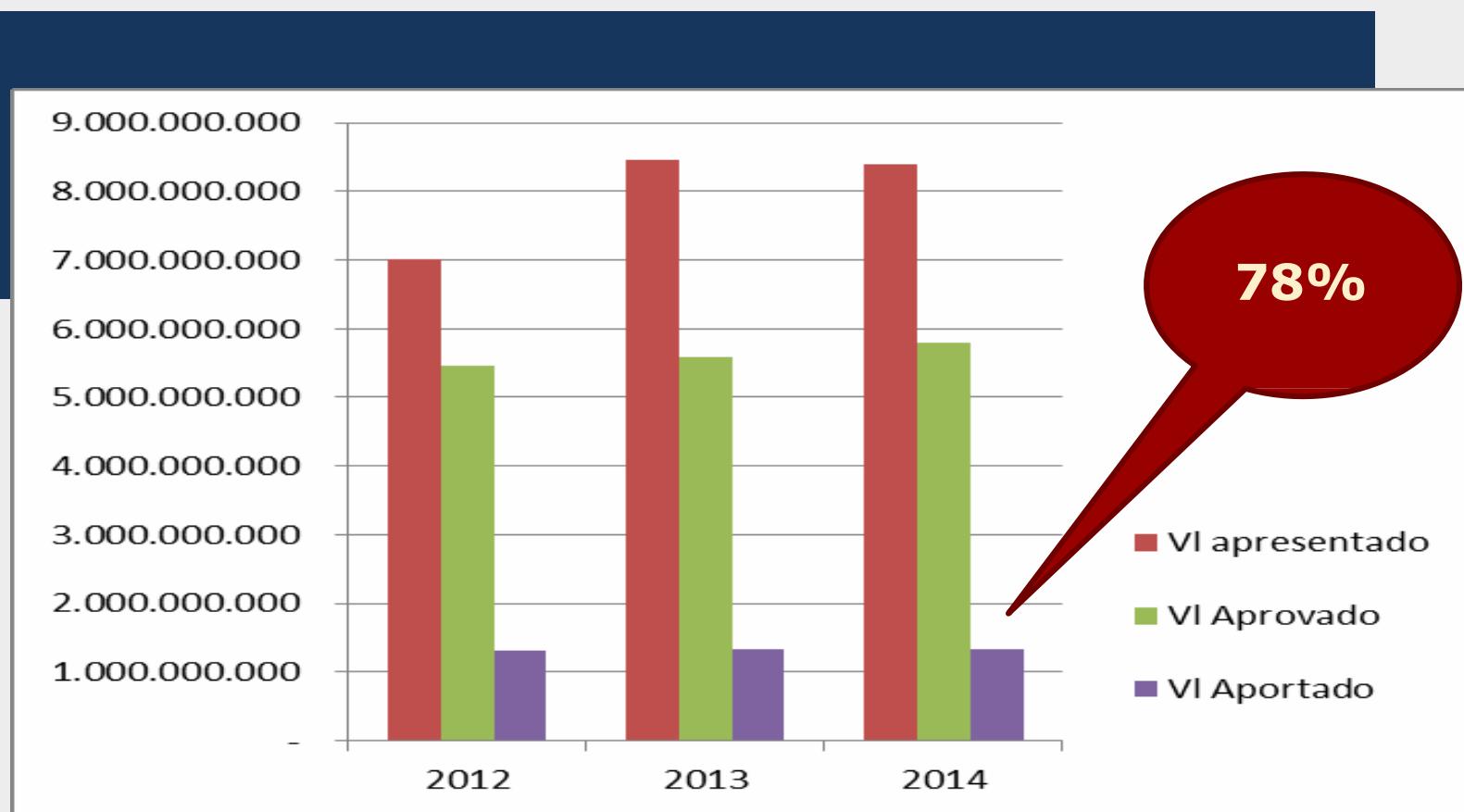


Ano	VI apresentado	VI Aprovado	VI Aportado
2012	7.018.713.468	5.469.452.615	1.302.000.592
2013	8.450.674.487	5.592.012.723	1.331.202.384
2014	8.397.235.761	5.786.131.825	1.341.129.930



Ano	VI apresentado	VI Aprovado	VI Aportado
2012	7.018.713.468	5.469.452.615	1.302.000.592
2013	8.450.674.487	5.592.012.723	1.331.202.384
2014	8.397.235.761	5.786.131.825	1.341.129.930

SP	564.222.555
RIO	342.028.317
MG	136.765.756



Quem pode propor projetos

- Pessoas físicas que tenham **atuação** na área cultural
- **MICRO EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS** com atuação na área cultural
- Pessoas jurídicas com ou sem fins lucrativos (empresas, fundações privadas, associações, cooperativas etc) de natureza cultural - **estatuto**
- Fundações públicas



LEI ROUANET - PANORAMA

Ano	Quantidade		
	Apresentado	Aprovado	Apoiado
2014	14.429	6.070	3.326
2015	11.279	5.473	3.161
2016	5.097	4.517	2.838
2017	9.422	5.455	2.874
2018	5.385	5.449	3.231

LEI ROUANET - PANORAMA

Ano	valor		
	Apresentado	Aprovado	Apoiado
2014	7.371,2	5.787,9	1.356,6
2015	6.657,0	5.262,8	1.242,9
2016	5.707,7	3.913,9	1.160,6
2017	5.750,6	6.036,3	1.189,6
2018	6.637,0	6.563,0	1.293,1

MINISTÉRIO DA SÁUDE

PRONON EPRONAS



A Legislação

- Lei 12.715 de 2012: cria os mecanismos.
- Decreto 7.988 /2013: regulamenta os artigos 1 a 13 da lei.
- Portaria 875 / 2013: estabelece os critérios de aprovação, áreas prioritárias e processo de cadastramento de projetos junto ao Ministério da Saúde em 2013.
- Portaria 1550/2014: revisão de prioridades, mais informações sobre processos e gestão, estabelece o prazo e critérios de apresentação de projetos para 2014 e 2015.
- Portaria 1575/2015: prazos de remanejamento
- MP 675 de 2015: Renova por 5 anos a lei de 2012
- Portaria 275 de 29/02/2016

INCENTIVOS FISCAIS

Saúde – tratamento oncológico

Pessoa com deficiência

Campos de Atuação

Prestação de serviços médico-assistenciais

Formação, treinamento e aperfeiçoamento de RH

Pesquisa clínicas, epidemiológicas e experimentais



Indivíduos

Sete Faces da Filantropia

Prince e File – 1994 –
Arquétipos do doador



Indivíduos

Sete Faces da Filantropia

Prince e File – 1994 –
Arquétipos do doador

1. **Devoto**
2. **Comunitário**
3. **Retribuidor**
4. **Herdeiro**
5. **Socialite**
6. **Altruista**
7. **Investidor**

<https://www.youtube.com/watch?v=G-quspuSku8>

CONFIRA OS BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS DO PROGRAMA SUA ORQUESTRA

AS CONTRIBUIÇÕES PODEM SER
PARCELADAS EM ATÉ **12x**

CATEGORIAS DE ASSOCIAÇÃO

	ALLEGRETTO	ALLEGRO	VIVACE	VIVACE CON BRIO	PRESTO	PATRON
--	------------	---------	--------	-----------------	--------	--------

CONTRIBUIÇÃO TOTAL	R\$ 400 A R\$ 1.000	R\$ 1.001 A R\$ 2.000	R\$ 2.001 A R\$ 4.000	R\$ 4.001 A R\$ 8.000	R\$ 8.001 A R\$ 15.000	ACIMA DE R\$ 15.001
PREFERÊNCIA NA AQUISIÇÃO DE NOVAS ASSINATURAS E NA TROCA DE LUGARES	●	●	●	●	●	●
CONVITES PARA CONCERTOS DA ACADEMIA DE MÚSICA DA OSESP	●	●	●	●	●	●
CONVITES PARA CONCERTOS DIDÁTICOS DE ORQUESTRAS PARCEIRAS	●	●	●	●	●	●
EVENTO FINAL DE TEMPORADA	●	●	●	●	●	●
DIVULGAÇÃO DE NOME EM PAINEL DA SALA SÃO PAULO, NA REVISTA E NO SITE DA OSESP (OPCIONAL)	●	●	●	●	●	●
RELATÓRIO ANUAL DO PROGRAMA SUA ORQUESTRA	●	●	●	●	●	●
CARTÃO DE ASSOCIADO	●	●	●	●	●	●
ENTRADA FRANCA NO MAM (MUSEU DE ARTE MODERNA)	●	●	●	●	●	●
CONVITES PARA ENSAIOS DA OSESP	●	●	●	●	●	●
VISITA MONITORADA À SALA SÃO PAULO, SEGUIDO DE UM CONCERTO DE CÂMARA	●	●	●	●	●	●
ENCONTRO COM O MAESTRO	●	●	●	●	●	●
CONVITES PARA JANTAR NA SALA SÃO PAULO, SEGUIDO DE UM CONCERTO DA TEMPORADA OSESP	●	●	●	●	●	●
CONVITES PARA UM JANTAR COM A REGENTE TITULAR E OS DIRETORES DA OSESP	●	●	●	●	●	●

1. A ENTRADA PARA AS ATIVIDADES É VÁLIDA PARA O ASSOCIADO E UM ACOMPANHANTE.
2. A ASSOCIAÇÃO AO PROGRAMA SUA ORQUESTRA É VÁLIDA PELO PÉRIODO DE 1 ANO, A CONTAR DA DATA DO PAGAMENTO DA PRIMEIRA PARCELA (OU PARCELA ÚNICA) DA CONTRIBUIÇÃO.
3. O PAGAMENTO DAS CONTRIBUIÇÕES SERÁ FEITO POR BOLETOS BANCÁRIOS.

Parceria com RH das empresas

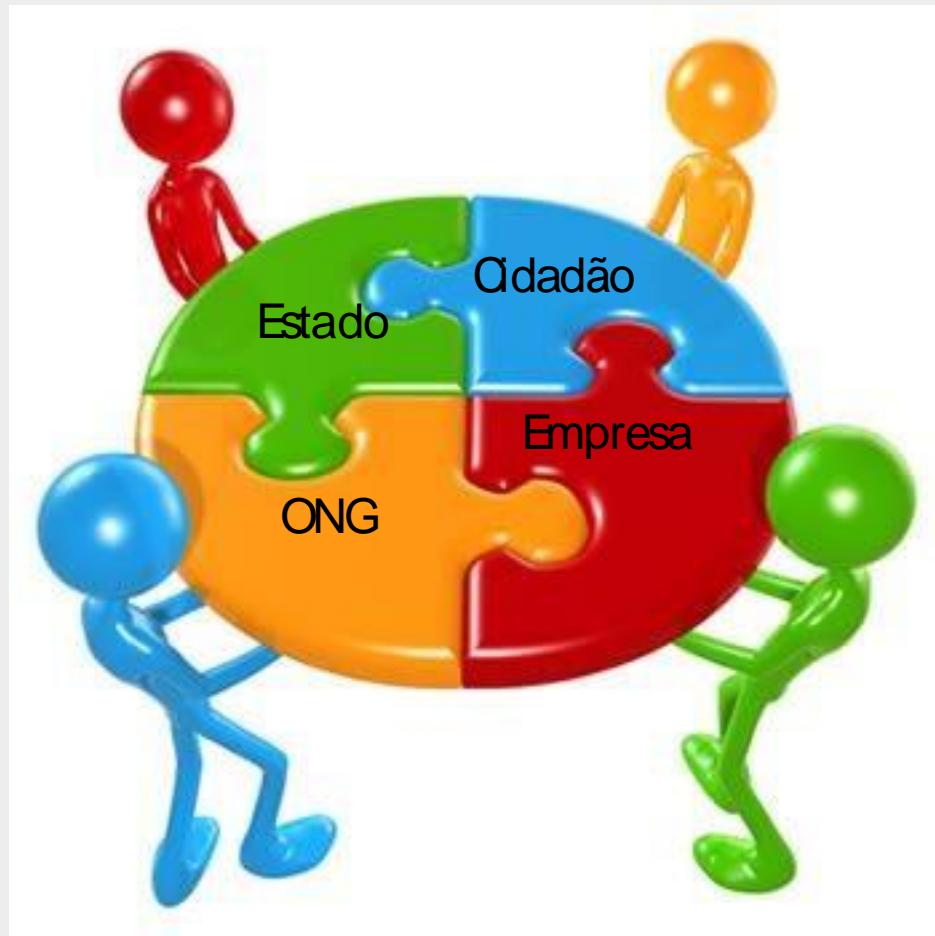
Qual o segredo do sucesso?

A empresa provê a ferramenta de cálculo do IR.

A empresa adianta o valor e faza doação em nome do empregado.

A empresa desconta em folha ou em outros repasses o valor doado.

A empresa dá prazo para efetuar a cobrança do doador.



PROGRAMA CULTURAL UNIMED-BH



Espetáculo

é ter mais de 3.600
médicos cooperados
incentivando
a arte e a cultura.

O Instituto Unimed-BH tem o maior programa cultural
do Brasil de doações por meio de pessoas físicas.

A maioria dos médicos cooperados da Unimed-BH escolhe destinar parte
do Imposto de Renda para projetos do Instituto Unimed-BH. Sabe o que isso
significa? Que os nossos médicos, além de cuidar da saúde, exercem a cidadania,
incentivando a arte, a cultura e a inclusão social em Belo Horizonte.

Conheça os projetos do Instituto Unimed-BH: institutounimedbh.com.br



Alguns
espetáculos
começam antes mesmo
das cortinas se abrirem.



Instituto Unimed-BH: mais
de 3.600 médicos cooperados
incentivando a cultura.

A maioria dos médicos cooperados da Unimed-BH escolhe destinar parte do Imposto de Renda para projetos do Instituto Unimed-BH, que possui o maior programa cultural do Brasil de doações por meio de pessoas físicas. Sabe o que isso significa? Que os nossos médicos, além de cuidar da saúde, exercem a cidadania, incentivando a arte, a cultura e a inclusão social em Belo Horizonte. **Conheça os projetos do Instituto Unimed-BH:** institutounimedbh.com.br



PROGRAMA CULTURAL UNIMED-BH

2008

R\$ 1,6 milhão captado

35% dos cooperados aderidos

**Média de patrocínio por cooperado –
R\$1.000,00**

5 projetos socioculturais apoiados

2 linhas de ação em Responsabilidade Social

**Número não calculado de mídias
espontâneas**

191 mil beneficiados

2014

R\$ 9,1 milhões captados

66,5% dos cooperados aderidos

Média de patrocínio por cooperado – R\$2.510,00

**42 projetos socioculturais
apoiados**

5 linhas de ação em Responsabilidade Social

379 mídias espontâneas

964 mil beneficiados

Relação: fonte x estratégia x tática

GRANDES E MÉDIOS DOADORES



- **Iniciativa privada
(fonte)**
- **Apoiadores da causa
(estratégia principal)**
- **Grandes e médios
doadores (estratégia
secundária)**
- **Projeto / Visita
(ferramentas)**

Foco: grandes e médios doadores (apresentação)

- **Estrutura simples, menos itens**
- ***Paper* com máximo de 2 a 3 páginas**
- **Entrega por email, pendrive ou dentro de pasta de apresentação, durante a visita**
- **Análise do projeto pela diretoria ou comitê da empresa**

Foco: fundações, institutos, governo (editais)

- **Estrutura complexa, mais itens**
- **Documento com mais de 5 páginas**
- **Formulário próprio ou do financiador**
- **Envio por plataforma online, email ou correio**
- **Análise do projeto por comissão do edital**

Quando falamos de pessoas, falamos de emoções

Neurocientistas descobriram que **90%** das nossas decisões são feitas inconscientemente e as emoções são as principais influenciadoras.

A maioria das nossas crenças e opiniões vem de uma resposta automática, mas depois nosso senso lógico inventa uma **razão** para pensar ou acreditar nessas coisas.



Dica 01

Migrar da **abordagem de pedido** para a **estratégia de comunicação**

- Campanha centrada na organização.
- Relação efêmera.
- Resultado de curto prazo.
- Círculo vicioso.
- Campanha centrada no doador.
- **Pedir, Agradecer, Reportar**
- Resultado de curto, médio e longo prazo.
- Círculo virtuoso.

Por que as pessoas doam?

ESPONTÂNEA

Porque me solidarizo com os mais necessitados  49%

Porque sou sensível à causa que ajudo  19%

Porque confio na entidade a que dou

Porque confio na entidade a que dou  10%

Porque a instituição pede que seja dessa forma / Compram Produtos para manutenção

Porque acredito que todos precisamos participar da solução dos problemas sociais  2%

Outras respostas  19%

Não tem motivo/não sabe  4%

ESTIMULADA

Porque me faz bem  89%

Porque acredito que todos precisamos participar da solução dos problemas sociais  83%

Porque ajuda meu desenvolvimento como pessoa  70%

Porque confio na entidade a que dou  74%

Porque tenho pena dos menos favorecidos  54%

Porque alguém pediu!!!!!!

VALORES RECEBIDOS COM INCENTIVOS PARA OSCs, ORGANIZAÇÕES DE PESQUISA E EDUCAÇÃO E PRODUTORES CULTURAIS - 2016

LEI	2016			
	PJ	PF	TOTAL em R\$	%
Cultura (Rouanet — art 18 e 26 + audiovisual)	1.199,9	39,7	1.239,6	43,2%
Ensino e Pesquisa + UPF + OSCIP	816,7		816,7	28,5%
Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente	210,3	90,4	300,7	10,5%
Esporte	223,9	5,1	229,0	8,0%
Fundo do Idoso	171,0	8,1	179,1	6,2%
Pronon + Pronas/PCD	93,6	10,3	103,8	3,6%
Total em R\$	2.715,3	153,6	2.869,0	
%	94,6%	5,4%		100,0%

Cadê a crise?

Período	PIB	Arrecadação		
2006	2.332.936	506.049		
2007	2.597.611	585.807		
2008	3.004.881	660.201		
2009	3.185.125	671.614		
2010	3.770.085	775.603		
2011	4.373.658	938.929		
2012	4.814.760	992.089		
2013	5.331.619	1.100.178		
2014	LEI DE INCENTIVO		2013 / 2016	
2015		PJ	PF	TOTAL em R\$ BI
2016	2013 - Total em R\$	2.554,2	105,6	2.659,8
2017				
2018	2014 - Total em R\$	2.712,2	119,0	2.831,2
2019				
	2015 - Total em R\$	2.967,4	130,7	3.098,0
	2016 - Total em R\$	2.715,3	153,6	2.869,0

Lei	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Idoso	Pouca concorrência, incentivo novo	Poucas cidades / estados já regulamentaram

Lei	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Idoso	Pouca concorrência, incentivo novo	Poucas cidades / estados já regulamentaram
Criança e adolescente	Pessoas físicas aportam mais recursos para este incentivo, pode ser deduzido até 3% na declaração do IR	Muitas cidades não permitem o doador direcionar os recursos para projetos e prefeituras retêm os valores

Lei	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Idoso	Pouca concorrência, incentivo novo	Poucas cidades / estados já regulamentaram
Criança e adolescente	Pessoas físicas aportam mais recursos para este incentivo, pode ser deduzido até 3% na declaração do IR	Muitas cidades não permitem o doador direcionar os recursos para projetos e prefeituras retêm os valores
Cultura	Limite maior para as empresas (4%); permite valores substanciais a projetos	Muita concorrência entre os grandes patrocinadores

mercado financeiro

Lei	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Idoso	Pouca concorrência, incentivo novo	Poucas cidades / estados já regulamentaram
Criança e adolescente	Pessoas físicas aportam mais recursos para este incentivo, pode ser deduzido até 3% na declaração do IR	Muitas cidades não permitem o doador direcionar os recursos para projetos e prefeituras retêm os valores
Cultura	Limite maior para as empresas (4%); permite valores substanciais a projetos	Muita concorrência entre os grandes patrocinadores
Esporte	Ainda pouco explorado. 1.000 empresas que aportam recursos para a cultura não utilizam este mecanismo	Burocrático e moroso, valor baixo 1% por empresa frente a necessidade dos projetos

mercado financeiro

Lei	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Idoso	Pouca concorrência, incentivo novo	Poucas cidades / estados já regulamentaram
Criança e adolescente	Pessoas físicas aportam mais recursos para este incentivo, pode ser deduzido até 3% na declaração do IR	Muitas cidades não permitem o doador direcionar os recursos para projetos e prefeituras retêm os valores
Cultura	Limite maior para as empresas (4%); permite valores substanciais a projetos	Muita concorrência entre os grandes patrocinadores
Esporte	Ainda pouco explorado. 1.000 empresas que aportam recursos para a cultura não utilizam este mecanismo	Burocrático e moroso, valor baixo 1% por empresa frente a necessidade dos projetos
Saúde	Pouca concorrência na captação, apesar dos valores elevados dos projetos (PRONON) e de pouco recursos disponíveis	Burocrático, moroso. Sem interesse no ministério da saúde. Poucos recursos

Lei	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Idoso	Pouca concorrência, incentivo novo	Poucas cidades / estados já regulamentaram
Criança e adolescente	Pessoas físicas aportam mais recursos para este incentivo, pode ser deduzido até 3% na declaração do IR	Muitas cidades não permitem o doador direcionar os recursos para projetos e prefeituras retêm os valores
Cultura	Limite maior para as empresas (4%); permite valores substanciais a projetos	Muita concorrência entre os grandes patrocinadores
Esporte	Ainda pouco explorado. 1.000 empresas que aportam recursos para a cultura não utilizam este mecanismo	Burocrático e moroso, valor baixo 1% por empresa frente a necessidade dos projetos
Saúde	Pouca concorrência na captação, apesar dos valores elevados dos projetos (PRONON) e de pouco recursos disponíveis	Burocrático, moroso. Sem interesse no ministério da saúde. Poucos recursos
Cinema	Único incentivo que a empresa ganha mais do que incentiva (125%). além de participar no resultado financeiro do filme	Complexo pois envolve o aporte por meio do Certificados de Investimento Audiovisual - CIAV fiscalizados pela CVM - Comissão de valores mobiliários

Lei	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Idoso	Pouca concorrência, incentivo novo	Poucas cidades / estados já regulamentaram
Criança e adolescente	Pessoas físicas aportam mais recursos para este incentivo, pode ser deduzido até 3% na declaração do IR	Muitas cidades não permitem o doador direcionar os recursos para projetos e prefeituras retêm os valores
Cultura	Limite maior para as empresas (4%); permite valores substanciais a projetos	Muita concorrência entre os grandes patrocinadores
Esporte	Ainda pouco explorado. 1.000 empresas que aportam recursos para a cultura não utilizam este mecanismo	Burocrático e moroso, valor baixo 1% por empresa frente a necessidade dos projetos
Saúde	Pouca concorrência na captação, apesar dos valores elevados dos projetos (PRONON) e de pouco recursos disponíveis	Burocrático, moroso. Sem interesse no ministério da saúde. Poucos recursos
Cinema	Único incentivo que a empresa ganha mais do que incentiva (125%). além de participar no resultado financeiro do filme	Complexo pois envolve o aporte por meio do Certificados de Investimento Audiovisual - CIAV fiscalizados pela CVM - Comissão de valores mobiliários
Filantrópico	Qualquer OSC pode obter este incentivo, dinheiro livre sem projeto	Oferece vantagem de apenas 34% de dedução do IR para empresas e 39% para o mercado financeiro

VANTAGENS FISCAIS

TIPOS

- 1. Dedução direta do valor a pagar do Imposto de Renda**
- 2. Dedução da base de cálculo do IR como despesa**
- 3. Mista (partes como opção 1 e outra parte como 2)**



VANTAGENS FISCAIS

EXEMPLO DE LALUR		Sem incentivo ou doação
1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000
2	(-) Doação filantrópica/patrocínio	-
3	= Resultado oper.antes do IR	10.000.000
4	(+) Adições para cálculo da CSSL	-
5	Constubuição social — CSLL — 9%	900.000
6	(+) Adições para cálculo do IR	-
7	= LUCRO LÍQUIDO / REAL OU Ajustado antes do IR	10.000.000
8	IR devido 15%	1.500.000
9	(-) Deduzido do IR	-
10	Adicional IRPJ (Lucro Real - R\$ 240.000) - 10%	976.000
11	Adicional de 5% — mercado financeiro	500.000
12	= LUCRO LÍQUIDO	6.124.000
13	Total da carga tributária (5+8+10)	3.876.000
14	Economia com impostos	-
15	Recuperação percentual do valor doado	-

VANTAGENS FISCAIS

TIPO 1		Sem incentivo ou doação	Rouanet 18/ Pronon / Pronas / IDOSO / ESPORTE / FIA- CMDCA
1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000	10.000.000
2	(-) Doação filantrópica/patrocínio	-	15.000
3	= Resultado oper.antes do IR	10.000.000	9.985.000
4	(+) Adições para cálculo da CSSL	-	15.000
5	Constubuição social — CSLL — 9%	900.000	900.000
6	(+) Adições para cálculo do IR	-	15.000
7	= LUCRO LÍQUIDO / REAL OU Ajustado antes do IR	10.000.000	10.000.000
8	IR devido 15%	1.500.000	1.485.000
9	(-) Deduzido do IR	-	15.000
10	Adicional IRPJ (Lucro Real — R\$ 240.000) — 10%	976.000	976.000
11	Adicional de 5% — mercado financeiro	500.000	500.000
12	= LUCRO LÍQUIDO	6.124.000	6.124.000
13	Total da carga tributária (5+8+10)	3.876.000	3.861.000
14	Economia com impostos	-	15.000
15	Recuperação percentual do valor doado	-	100%

VANTAGENS FISCAIS

TIPO 2		Sem incentivo ou doação	Qualquer OSC (antigo UPF e OSCIP)
1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000	10.000.000
2	(-) Doação filantrópica/patrocínio	-	15.000
3	= Resultado oper.antes do IR	10.000.000	9.985.000
4	(+) Adições para cálculo da CSSL	-	0
5	Constituição social— CSLL — 9%	900.000	898.650
6	(+) Adições para cálculo do IR	-	
7	= LUCRO LÍQUIDO / REAL OU Ajustado antes do IR	10.000.000	9.985.000
8	IR devido 15%	1.500.000	1.497.750
9	(-) Deduzido do IR	-	0
10	Adicional IRPJ (Lucro Real - R\$ 240.000) - 10%	976.000	974.500
11	Adicional de 5% — mercado financeiro	500.000	499.250
12	= LUCRO LÍQUIDO	6.124.000	6.114.850
13	Total da carga tributária (5+8+10)	3.876.000	3.870.150
14	Economia com impostos	-	5.100 / 5.850
15	Recuperação percentual do valor doado	-	34% / 39%

VANTAGENS FISCAIS

TIPO 3 - A		Sem incentivo ou doação	Lei do Audio Visual
1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000	10.000.000
2	(-) Doação filantrópica/patrocínio	-	15.000
3	= Resultado oper.antes do IR	10.000.000	9.985.000
4	(+) Adições para cálculo da CSSL	-	0
5	Constubuição social — CSLL — 9%	900.000	900.000
6	(+) Adições para cálculo do IR	-	
7	= LUCRO LÍQUIDO / REAL OU Ajustado antes do IR	10.000.000	9.985.000
8	IR devido 15%	1.500.000	1.482.750
9	(-) Deduzido do IR	-	15.000
10	Adicional IRPJ (Lucro Real - R\$ 240.000) - 10%	976.000	974.500
11	Adicional de 5% — mercado financeiro	500.000	499.250
12	= LUCRO LÍQUIDO	6.124.000	6.128.500
13	Total da carga tributária (5+8+10)	3.876.000	3.856.500
14	Economia com impostos	-	18.750 / 19.500
15	Recuperação percentual do valor doado	-	125% / 130%

VANTAGENS FISCAIS

TIPO 3 - B		Sem incentivo ou doação	Lei Rouanet 40% doação - Art.26
1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000	10.000.000
2	(-) Doação filantrópica/patrocínio	-	15.000
3	= Resultado oper.antes do IR	10.000.000	9.985.000
4	(+) Adições para cálculo da CSSL	-	0
5	Constubuição social — CSLL — 9%	900.000	898.650
6	(+) Adições para cálculo do IR	-	
7	= LUCRO LÍQUIDO / REAL OU Ajustado antes do IR	10.000.000	9.985.000
8	IR devido 15%	1.500.000	1.491.750
9	(-) Deduzido do IR	-	6.000
10	Adicional IRPJ (Lucro Real - R\$ 240.000) - 10%	976.000	974.500
11	Adicional de 5% — mercado financeiro	500.000	499.250
12	= LUCRO LÍQUIDO	6.124.000	6.120.850
13	Total da carga tributária (5+8+10)	3.876.000	3.864.150
14	Economia com impostos	-	11.100 / 11.850
15	Recuperação percentual do valor doado	-	74% / 79%

VANTAGENS FISCAIS

TIPO 3 - B		Sem incentivo ou doação	Lei Rouanet 40%-doação - Art.26	Lei Rouanet 30% - patrocínio-Art.26
1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000	10.000.000	10.000.000
2	(-) Doação filantrópica/patrocínio	-	15.000	15.000
3	= Resultado oper.antes do IR	10.000.000	9.985.000	9.985.000
4	(+) Adições para cálculo da CSSL	-	0	0
5	Constubuição social — CSLL — 9%	900.000	898.650	898.650
6	(+) Adições para cálculo do IR	-		
7	= LUCRO LÍQUIDO / REAL OU Ajustado antes do IR	10.000.000	9.985.000	9.985.000
8	IR devido 15%	1.500.000	1.491.750	1.493.250
9	(-) Deduzido do IR	-	6.000	4.500
10	Adicional IRPJ (Lucro Real - R\$ 240.000) - 10%	976.000	974.500	974.500
11	Adicional de 5% — mercado financeiro	500.000	499.250	499.250
12	= LUCRO LÍQUIDO	6.124.000	6.120.850	6.119.350
13	Total da carga tributária (5+8+10)	3.876.000	3.864.150	3.865.650
14	Economia com impostos	-	11.100 / 11.850	9.600 / 10.350
15	Recuperação percentual do valor doado	-	74% / 79%	64% / 69%

VANTAGENS FISCAIS

Imposto de Renda		Pessoa Física
1	Receita anual (salário e Pró-labore)	100.000
2	(-) Doação filantrópica/patrocínio	2.000
3	IR - devido 27,5%	27.500
4	(-) Deduzido do IR	2.000
5	Total pago de impostos	25.500
6	Economia com impostos	2.000
7	Recuperação percentual do valor doado	100%

Incentivo Fiscal: Exemplo

Lei de Incentivos 100% Esporte e FIA - CMDCA	Sem Incentiv o	Empresas Lucro Real	Pesso as Físicas
Lucro Operacional antes do patrocínio e do IR	30.000.000	30.000.000	200.000
(-) Patrocínio	-	40.000	2.000
IRPJ- a ser pago 15% / 27%	4.500.000	4.460.000	54.000
Economia com impostos (dedução do IR)	-	40.000	2.000
Recuperação percentual do valor doado		100%	100%
Limite %s/IRPJ		1%	6%
Valor máximos possível da doação incentivada		45.000	3.240

IMPOSTO DE RENDA A SER RESTITUÍDO

SE VOCÊ
NÃO INCENTIVAR

SE VOCÊ
INCENTIVAR

IMPOSTO DEVIDO

R\$10.000

R\$10.000

IMPOSTO RETIDO NA FONTE EM 2017

R\$12.000

R\$12.000

CONTRIBUIÇÃO DE ATÉ 6% DO IR DEVIDO

R\$0

R\$600

RESULTADO APÓS CONTRIBUIÇÃO

R\$2.000 A RECEBER

R\$2.600 A RECEBER

OBSERVE: A CONTRIBUIÇÃO AUMENTA O VALOR DO IMPOSTO DE RENDA A SER RESTITUÍDO!

IMPOSTO DE RENDA A SER RESTITUÍDO

SE VOCÊ
NÃO INCENTIVAR

SE VOCÊ
INCENTIVAR

IMPOSTO DEVIDO	R\$10.000	R\$10.000
IMPOSTO RETIDO NA FONTE EM 2017	R\$12.000	R\$12.000
CONTRIBUIÇÃO DE ATÉ 6% DO IR DEVIDO	R\$0	R\$600
RESULTADO APÓS CONTRIBUIÇÃO	R\$2.000 A RECEBER	R\$2.600 A RECEBER

OBSERVE: A CONTRIBUIÇÃO AUMENTA O VALOR DO IMPOSTO DE RENDA A SER RESTITUÍDO!

IMPOSTO DE RENDA A PAGAR

SE VOCÊ
NÃO INCENTIVAR

SE VOCÊ
INCENTIVAR

IMPOSTO DEVIDO	R\$10.000	R\$10.000
IMPOSTO RETIDO NA FONTE EM 2017	R\$8.000	R\$8.000
CONTRIBUIÇÃO DE ATÉ 6% DO IR DEVIDO	R\$0	R\$600
RESULTADO APÓS CONTRIBUIÇÃO	R\$2.000 A PAGAR	R\$1.400 A PAGAR

OBSERVE: A CONTRIBUIÇÃO DIMINUI O VALOR DO IMPOSTO DE RENDA A PAGAR!

RENDIMENTOS TRIBUTÁVEIS

Recebidos de Pessoa Jurídica pelo titular	203.908,83
Recebidos de Pessoa Jurídica pelos dependentes	0,00
Recebidos de Pessoa Física/Exterior pelo titular	0,00
Recebidos de Pessoa Física/Exterior pelos dependentes	0,00
Recebidos acumuladamente pelo titular	0,00
Recebidos acumuladamente pelos dependentes	0,00
Resultado tributável da Atividade Rural	0,00
TOTAL	203.908,83

DEDUÇÕES

Contribuição à previdência oficial e Funpresp	6.843,44
Contribuição à previdência oficial (Rendimentos recebidos acumuladamente)	0,00
Contribuição à previdência complementar e FAPI	3.924,80
Dependentes	0,00
Despesas com instrução	0,00
Despesas médicas	5.585,06
Pensão alimentícia judicial	0,00
Pensão alimentícia por escritura pública	0,00
Pensão alimentícia judicial (Rendimentos recebidos acumuladamente)	0,00
Livro caixa	31.316,09
TOTAL	47.669,39

IMPOSTO DEVIDO

Base de cálculo do imposto	156.239,44
Imposto devido	33.478,93
Dedução de incentivo	2.008,73
Imposto devido I	31.470,20
Contribuição Prev. Empregador Doméstico	1.078,08
Imposto devido II	30.392,12
Imposto devido RRA	0,00
Total do imposto devido	30.392,12

IMPOSTO PAGO

Imposto retido na fonte do titular	36.949,65
------------------------------------	-----------

IMPOSTO A RESTITUIR**SALDO DE IMPOSTO A PAGAR**

6.557,53

0,00

PARCELAMENTO

0,00

0

Valor da quota

Número de Quotas

INFORMAÇÕES BANCÁRIAS

0,00

0

VANTAGENS FISCAIS

Vantagens fiscais		Rouanet art 18 (tipo 1)	Pronon / Pronas / IDOSO / ESPORTE / FIA- CMDCA (tipo 1)	MROSC - antigo UPF e OSCIP - tipo 2	Lei do Audio visual (tipo 3 -A)	Rouanet art 26 40%doação (tipo 3 - B)	Rouanet art 26 30%patrocínio (tipo 3 - B)
1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
2	IRPJ - devido - 15%	1.500.000	1.500.000	1.497.750	1.497.750	1.497.750	1.497.750
3	Limite % s/linha 1 ou 2	4%	1%	2%	3%	4% /10%	4% /13,334%

VANTAGENS FISCAIS

Vantagens fiscais		Rouanet art 18 (tipo 1)	Pronon / Pronas / IDOSO / ESPORTE / FIA- CMDCA (tipo 1)	MROSC - antigo UPF e OSCIP - tipo 2	Lei do Audio visual (tipo 3 -A)	Rouanet art 26 40%doação (tipo 3 - B)	Rouanet art 26 30%patrocínio (tipo 3 - B)
1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
2	IRPJ - devido - 15%	1.500.000	1.500.000	1.497.750	1.497.750	1.497.750	1.497.750
3	Limite % s/linha 1 ou 2	4%	1%	2%	3%	4% /10%	4% /13,334%
4	Valor Máximo possível de apoio com incentivo	60.000	15.000	200.000	45.000	150.000	200.000

VANTAGENS FISCAIS

Vantagens fiscais		Rouanet art 18 (tipo 1)	Pronon / Pronas / IDOSO / ESPORTE / FIA- CMDCA (tipo 1)	MROSC - antigo UPF e OSCIPI - tipo 2	Lei do Audio visual (tipo 3 -A)	Rouanet art 26 40%doação (tipo 3 - B)	Rouanet art 26 30%patrocínio (tipo 3 - B)
1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
2	IRPJ - devido - 15%	1.500.000	1.500.000	1.497.750	1.497.750	1.497.750	1.497.750
3	Limite % s/linha 1 ou 2	4%	1%	2%	3%	4% /10%	4% /13,334%
4	Valor Máximo possível de apoio com incentivo	60.000	15.000	200.000	45.000	150.000	200.000
5	Recuperação percentual do valor doado	100%	100%	34% a 39%	125% a 130%	74% a 79%	64% a 69%
6	Desembolso do investidor	0	0	61% a 66%		21% a 26%	31% a 36%

VANTAGENS FISCAIS

		Rouanet 18/ Pronon / Pronas / IDOSO / ESPORTE / FIA- CMDCA	Com todos os incentivos: 200 mil OSC + 45 mil audio visual + 15 mil esporte, Rouanet, idoso, FIA, PRONON,		
1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000		10.000.000	
8	IR devido 15% - abatimento por incentivo	1.365.000		1.285.750	
	Limite % sobre linha 1 ou 8	9%	22,3%	3,4%	
	Valor máximo de doação incentivada	135.000		335.000	
15	Recuperação percentual do valor doado	100%	214.250	64%	
16	Desembolso do investidor	0	120.750	36%	

VANTAGENS FISCAIS

Com todos os
incentivos: 17 mil
OSC + 45 mil audio
visual + 15 mil
esporte, Rouanet,
ídoso, FIA, PRONON,

1	Resultado operacional antes do Incentivo ou Doação	10.000.000
8	IR devido 15%	1.348.000
	Limite % sobre linha 1 ou 8	10,0% 1,5%
	Valor máximo de doação incentivada	152.000
15	Recuperação percentual do valor doado	152.000 100%
16	Desembolso do investidor	0

INCENTIVOS FISCAIS

Leis Estaduais de Incentivo à Cultura

- Normalmente estabelecem a possibilidade de **dedução de valores investidos do Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS)**, que é de competência estadual
- Entre os estados, podemos citar:
 - Bahia - Lei nº 7.015/96 - FAZCULTURA
 - Rio de Janeiro - Decreto nº 22.486/86
 - Pernambuco - Leis nº 11.005/93 e nº 11.236/95
 - São Paulo - Lei nº 12.268/06 – ProAC
 - Minas Gerais – Lei 12.733
 - <http://www.patrolink.com.br/institucional/calc1.asp>
 - <http://queroincentivar.com.br>



INCENTIVOS FISCAIS

Leis Estaduais de Incentivo à Cultura

Estado	Lei N	Nome da Lei	Vantagem Fiscal	Valores em mi- lhões de R\$ 2014	Site	Esporte
Acre	6.312/10	Precult	Fundo / Editais (1)		www.cultura.ac.gov.br	1.288/99
Alagoas	6.292/02	FDAC	Editais (1)		www.cultura.al.gov.br	sim
Amapá	0.912/05	Lei Estadual	80%	15,6	https://www.facebook.com/SecultSecretariaDeEstadoDaCulturaDoAmapa/	sim
Amazonas			Editais		www.cultura.am.gov.br	sim
Bahia	11.899/10	Faz cultura	80%	15	www.cultura.ba.gov.br	7.539/98
Ceará	13.811/06	FEC	50 a 100% (*)	15	http://www.secult.ce.gov.br/index.php/incentivo-as-artes	sim
Distrito Federal	5.021/13	FAC	80 a 100%	43,2	www.cultura.df.gov.br	sim
Espirito Santo	458/08	Funcultura	Editais		www.secult.es.gov.br	
Goiás	17.627/12	Goyazes	Editais	10 (2013)	www.secult.go.gov.br	18.027/13
Maranhão	9.437/11		100%	15	www.cultura.ma.gov.br	9.436/11
Mato Grosso	9.078/09	FEC	100%	12	www.cultura.mt.gov.br	20.824/13
Mato Grosso do Sul	2.832/04		100%	2	www.fundacaodecultura.ms.gov.br	3.309/10
Minas Gerais	20.694/13	LEIC	95 a 99%	79	www.cultura.mg.gov.br	20824/13
Pará	6.572/03	SEIVA e SEMEAR	80%	5,1	http://www.fcp.pa.gov.br/semear/	sim

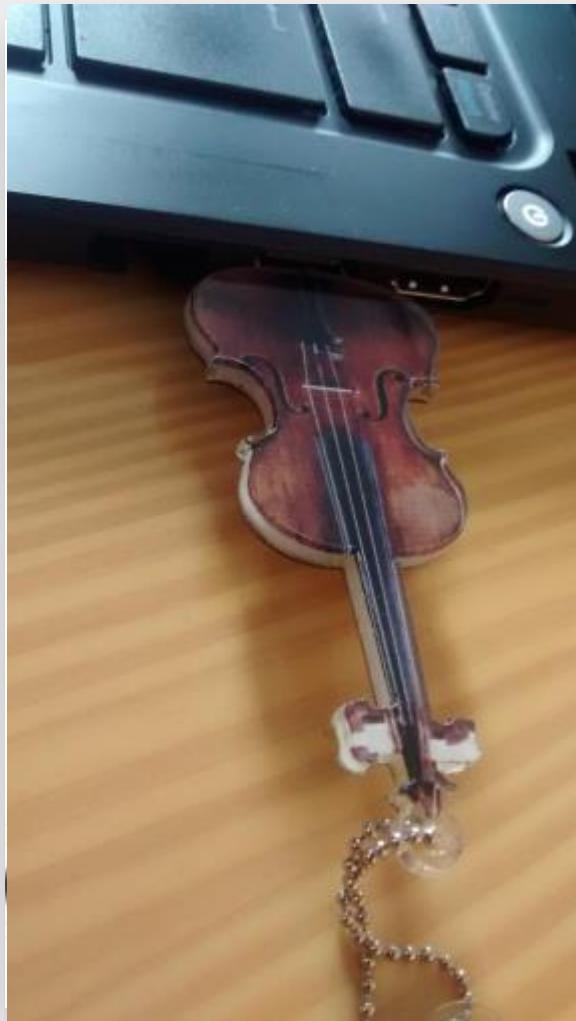
INCENTIVOS FISCAIS

Leis Estaduais de Incentivo à Cultura

Estado	Lei N	Nome da Lei	Vantagem Fiscal	Valores em mi- lhões de R\$ 2014	Site	Esporte
Paraíba	7.516/03	FIC	80%	2,6	www.paraiba.pb.gov.br/cultura	8.472/08
Paraná	17.043/11	Profice	100%	30	www.cultura.pr.gov.br	428/13
Pernambuco	12.310/02	Funcultura	1	33,5	http://www.cultura.pe.gov.br/funcultura/	sim
Piauí	6.313/13	SIEC / FIC	15 a 100%	8	http://www.cultura.pi.gov.br/	5.315/03
Rio de Janeiro	1.954/92		40 a 100%	106	www.cultura.rj.gov.br	1.954/92
Rio Grande do Norte	7.700/99	Câmara Cascudo	80%	6		sim
Rio Grande do Sul	13.490/10	Procultura - FAC	1	85	www.cultura.rs.gov.br	13.924/12
Rondonia	2.745/12	SEFIC			http://www.rondonia.ro.gov.br/secel/	sim
Roraima	727/09		80%	1,5	www.educacao.rr.gov.br	sim
Santa Catarina	16.301/13	SEITEC	100%	40,4	http://www.sol.sc.gov.br/	16.301/13
São Paulo	12.268/06	ProAC	1	135,2	www.cultura.sp.gov.br	13.918/09
Sergipe	4.490/01	FUNCART	80%		http://cultura.se.gov.br/	sim
Tocantins	1402/03	Procultura	Editais		www.cultura.to.gov.br	sim

COMUNICAÇÃO DE SUPORTE À CAPTAÇÃO

"Kit de Captação"

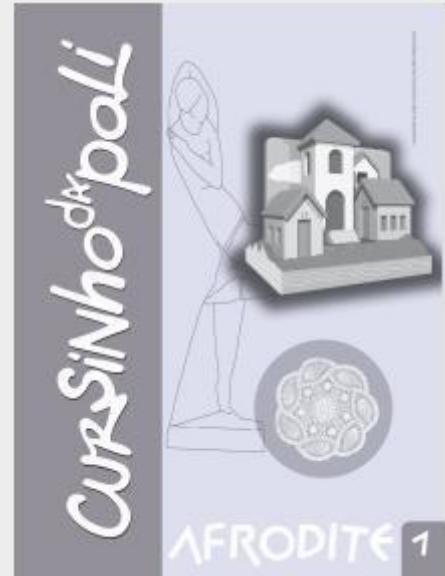


- Elaboradas **a partir** do plano de captação
- Para pessoas físicas ou jurídicas
- **Cuidado com a estética**
- **Sucintas**, mas com dados convincentes
- **Várias mídias** (impressa, cd, e-mail, vídeo, pen drive, PDF, etc.)



Benefícios

- ✓ **Incentivos fiscais**
- ✓ **10 convites para eventos**
- ✓ **Relatório de atividades**
- ✓ **Veiculação nos materiais de 25 anos**
- ✓ **Inserção em newsletter/jornal mural/site**
- ✓ **Distribuição de material promocional**
- ✓ **1 Apresentação de teatro e coral da empresa**

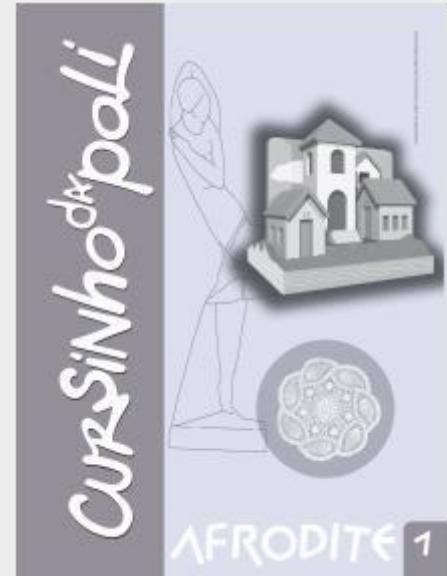


Parceria Afrodite

Investimento R\$ 100.000

Benefícios

- ✓ **Incentivos fiscais**
- ✓ **10 convites para eventos**
- ✓ **Relatório de atividades**
- ✓ **Veiculação nos materiais de 25 anos**
- ✓ **Inserção em newsletter/jornal mural/site**
- ✓ **Distribuição de material promocional**
- ✓ **1 Apresentação de teatro e coral da empresa**



Comunicação de suporte à captação de recursos

PROJETO - ROTEIRO



Características

Comunicação de suporte à captação de recursos

PROJETO - ROTEIRO



Características



Benefícios /Resultados

COMUNICAÇÃO DE SUPORTE À CAPTAÇÃO

Apresentações - Roteiro



RESULTADOS

PROSPECÇÃO DE DOADORES EM POTENCIAL

Coleta de Informações Relevantes



PROSPEÇÃO DE DOADORES EM POTENCIAL

Coleta de Informações Relevantes



<http://portal.megabrasil.com.br/>

VERSALIC

PORTAL DE VISUALIZAÇÃO DO SISTEMA DE APOIO ÀS LEIS DE INCENTIVO À CULTURA

Dados

89.778

Projetos enviados

242.652

Propostas submetidas

43.351

Proponentes
cadastrados

83.278

Incentivadores
contribuindo

72.938

Fornecedores

<http://versalic.cultura.gov.br/#/home>

*Aonde procurar informação
sobre doadores com incentivo
fiscal:*

Michel Freller

PLANEJANDO A REUNIÃO



COMUNICAÇÃO DE SUPORTE À CAPTAÇÃO

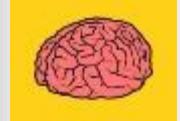
Apresentações - Roteiro

- 1) Resultados**
- 2) Missão e quem somos**
- 3) Os projetos, metodologia (como fazemos com fotos) - contar história**
- 4) Justificativas, diferencial, resultados esperados.**
- 5) O Incentivo, benefícios, contrapartidas, visibilidade.**
- 6) Como apoiar, proposta de investimento.**
- 7) Contato - site, tel, nome = deve estar em um cartão em separado também.**

PLANEJANDO A REUNIÃO

- O número de participantes mais efetivo é
- Definir os papéis de cada um

2



OS PAPÉIS DA PRÁTICA



DICAS

- Tomar cuidado com o tempo, evitando falar demais
- Utilizar recursos audiovisuais (como guia)
- Filmes (máximo 2 minutos)
- Apresentação em Power Point
- Pedir indicações e escutar bastante o possível doador /investidor
- Entregar um material impresso e /ou pen drive com a apresentação

Planejando a reunião



“ Falar é uma necessidade,
Escutar é uma arte.”

(Goethe)

Planejando a reunião

Estrutura da reunião de captação



- **Abertura**
- **A exposição**
- **Esclarecendo dúvidas**
- **A solicitação**
- **As objeções**
- **Compromissos**

A Reunião

OS PAPÉIS E A PRÁTICA

4. A solicitação

- Solicite uma quantidade **específica** (demonstra que você conhece a pessoa e / ou a empresa)
- Utilize frases como:
 - Para que este projeto seja uma realidade necessitamos de seu apoio de: **diga o valor** em R\$
 - Temos pensado que você poderia **participar deste projeto** com um aporte entre “tanto etanto”



Planejando a reunião

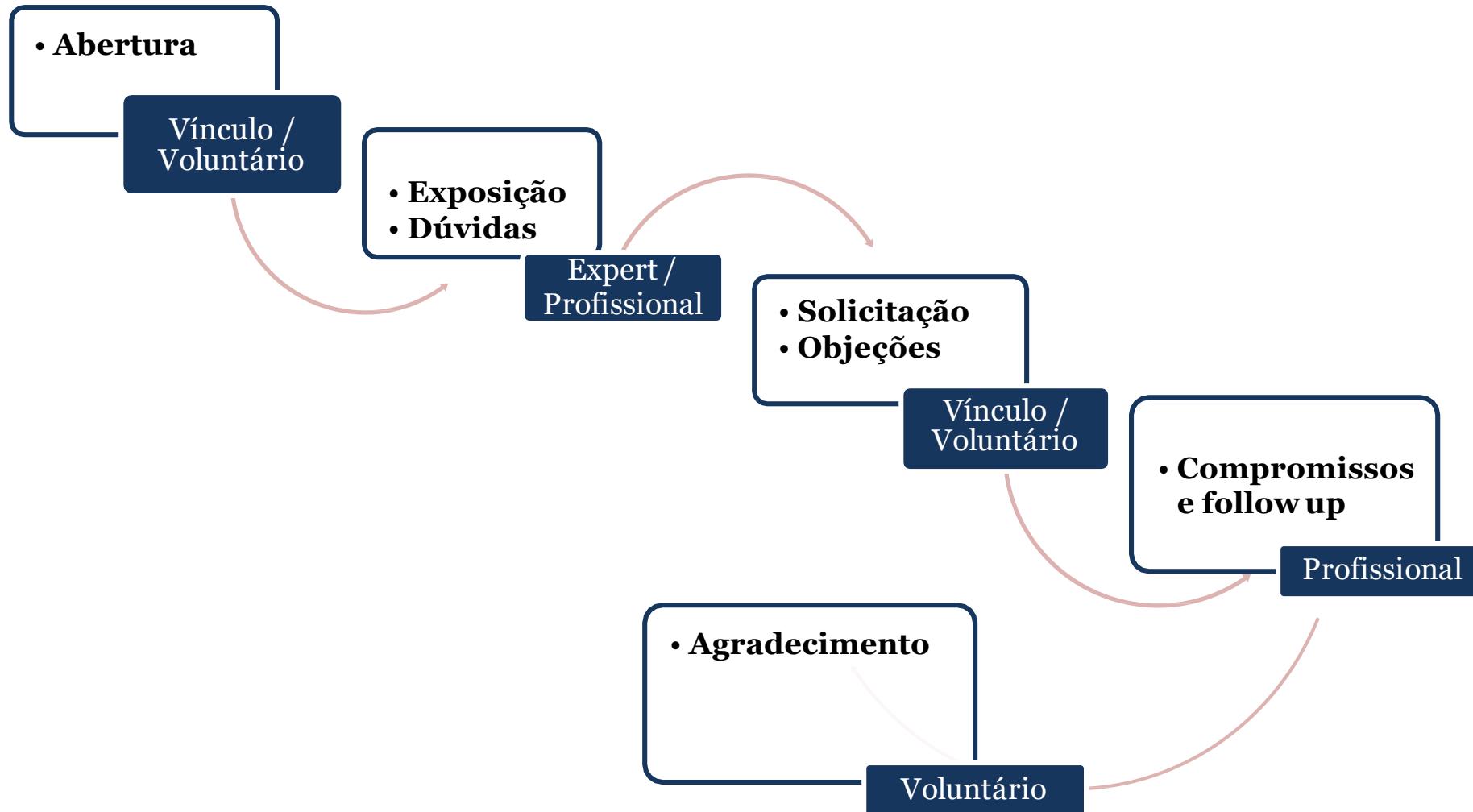
DICA

Depois de dizer o valor,
permaneça em silêncio.



OS PAPÉIS NA PRÁTICA

Na prática





MONITORAMENTO

RELATÓRIO DA SEMANA DE 29 DE JULHO A 02 DE AGOSTO DE 2013 A 26 DE JULHO/ 2013

Pessoa / empresa	contatos	emails	status	data proxima
	30317803 / Simone		02-08 liguei pediu pra voltar a ligar em15-08	15/ago
	30852207 Luciana		02-08 pediu para voltar a ligar 12-08	12/ago
	99983 8271 / 3823-2323 / 3113 3219		02-08 Monica , não é mais a secretaria do Sr.Leo, em seu lugar está Nitzan que pediu o reenvio do email	12/ago
	3089 9393 / Silvana		02-08 pediu para ligar 07-08	07/ago
	3377.3777 Camila		03-07 Camila ligou e disse que no momento não vai fazer nada , quer que eu volte a ligar em princípio de setembro	01/set
	2504 6201 - financeiro 37078200 Fátima 2504 6010 - gerente financeiro Claudio Calero		Não tem verba para este 2º semestre. tem interesse e pediu para ligar nos primeiros dias de jan-2014	02/jan/14
	3666 8060 / 36662839 / 99975 5033		tenho que ligar em sua casa após as 17hs	05/ago

ÉTICA NA CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Códigos de ética mundiais

Princípios fundamentais para a tarefa de captar recursos:

- Legalidade
- Transparência
- Eficiência
- Confidencialidade

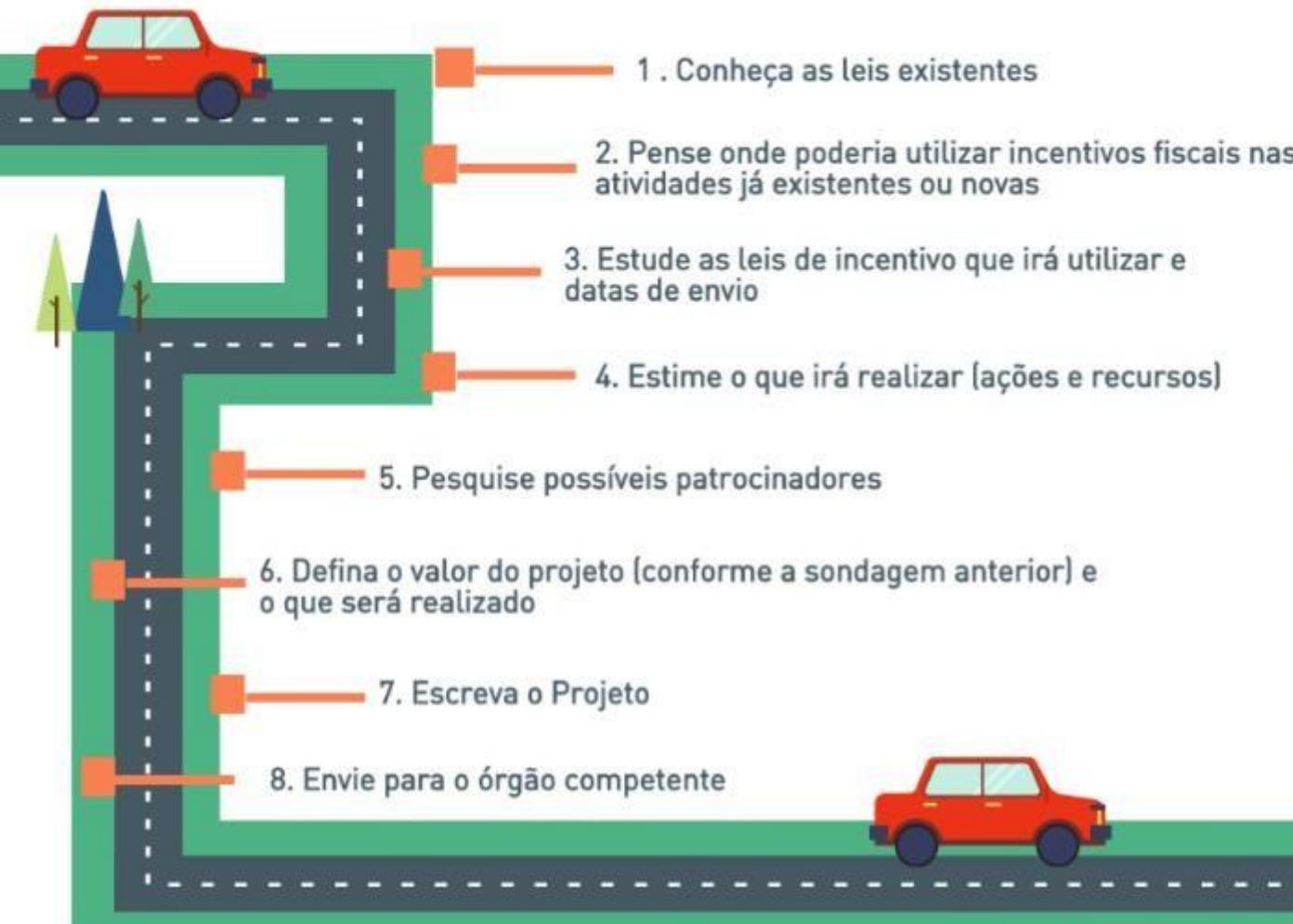


www.captadores.org.br





O CAMINHO PARA A CAPTAÇÃO DE RECURSOS



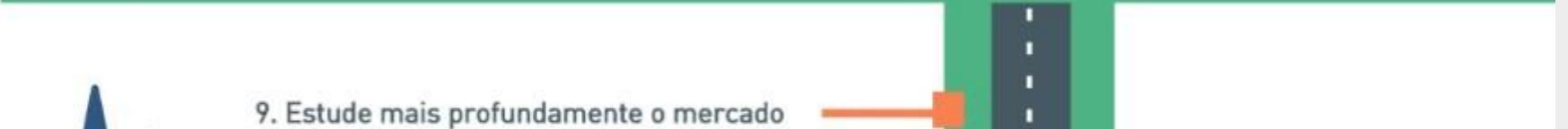


9. Estude mais profundamente o mercado

10. Prepare os materiais de captação

11. Realize visitas teste

12. Projeto foi aprovado

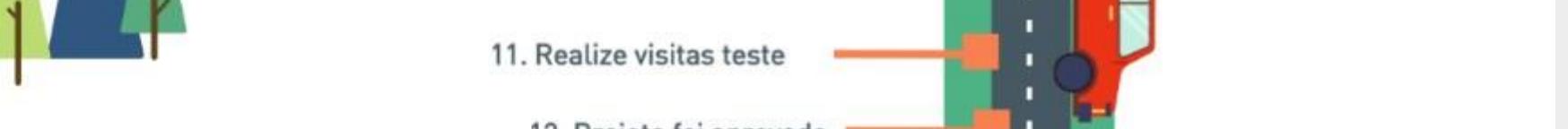


13. Busque parceria com outras OSCs (outros incentivos) para a captação

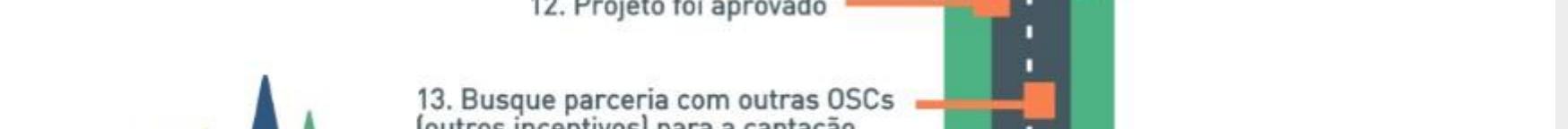
14. Inicie a captação



15. Após a captação inicie a execução



16. Acompanhe a execução e compare mês a mês com o projeto aprovado e o planejamento



17. Preste contas (alguns incentivos pedem prestação de contas parciais)

Odinheiro existe, o doador também....

Bora buscar?



MENSAGEM FINAL



"Para navegar contra a corrente, são necessárias condições raras: espírito de aventura, coragem, perseverança e paixão."

(Nise da Silveira)

Arigato

Merci

**Go raibh
maith agat**

Toda

Gracie

Obrigado

Hvala

Danke

Gracias

감사합니다

Thanks

[**http://www.slideshare.net/micfre12**](http://www.slideshare.net/micfre12)

(11) 98208-3790

www.criando.net

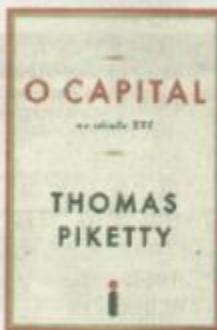
michel@criando.net

 **/criandoconsultoria**

 **/michelfrellerfanpage**

 **/criandoconsultoria**

OS MAIS VENDIDOS



TEORIA E ANÁLISE

- 1º (10) *O Capital - No Século 21* - Thomas Piketty (Intrínseca) R\$ 59,90
2º (20) *O Livro dos Negócios* - vários (Globo Livros) R\$ 59,90
3º (30) *Rápido e Devagar - Daniel Kahneman (Objetiva)* R\$ 54,90
4º (40) *O Livre da Economia* - vários (Globo Livros) R\$ 59,90
5º (50) *Pense Como um Freak* - Steven Levitt e Stephen Dubner (Record) R\$ 42,90

PRÁTICAS E PESSOAS

- 1º (10) *De Volta ao Mosteiro* - James C. Hunter (Sextante) R\$ 24,90
2º (20) *Geração de Valor* - Flávio Augusto da Silva (Sextante) R\$ 39,90
3º (30) *Sonho Grande* - Cristiane Coimbra (Primeira Pessoa) R\$ 23,30
4º (40) *O Monge e o Executivo* - James Hunter (Sextante) R\$ 15,20
5º (50) *O Poder do Hábito* - Charles Duhigg (Objetiva) R\$ 44,90
6º (60) *País Inteligentes Formam Sucessores, Não Herdeiros* - Augusto Cury (Benvirá) R\$ 14,90
7º (80) *Tudo Ou Nada* - Malu Gaspar (Record) R\$ 55
8º (90) *Os Segredos da Mente Milionária* - T. Harv Eker (Sextante) R\$ 24,90
9º (100) *Foco* - Daniel Goleman (Objetiva) R\$ 39,90
10º (110) *Os Inovadores* - Walter Isaacson (Companhia das Letras) R\$ 57

Lista feita a partir de amostra informada livrarias Curitiba, Livraria da Folha, Livraria Vila, Fnac, Argumento e Cultura, os preços referenciam o mercado e podem variar entre 15 a 21 de dezembro, entre parênteses a posição na semana anterior.



O PODER DO HÁBITO



Gestão de organizações da sociedade civil

Organização
Luciano Antônio Prates Junqueira
Roberto Sanches Padula

BIBLIOGRAFIA

GUIA SOBRE

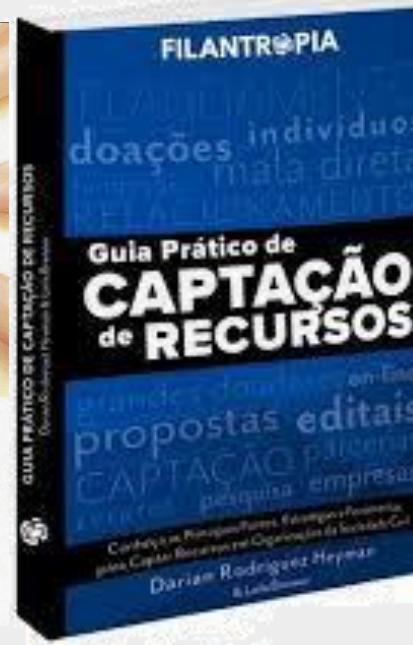
INCENTIVOS FISCAIS

PARA

CAPTADORES DE RECURSOS

DE OSCs

MICHEL FRELLER



Andrea Goldschmidt
(organizadora)

Renata Pereira Macedo
Renata de Toledo Rodovão

Roberta Soares Rossi e
Sílvia Maria Louzã Naccache

Voluntariado Empresarial

Estratégias para a implantação

de programas eficientes

TIKI
books

Sites e blogs

INGLES

<http://www.amyeisenstein.com/>

<http://www.clairification.com/welcome>

<http://wildwomanfundraising.com/>

<http://capitalcampaignmagic.com/>

<http://www.futurefundraisingnow.com/>

<https://engageforgood.com/>

<http://givebycell.com/>

<http://www.nonprofitpro.com/>

<http://nonprofitstorytellingconference.com/>

PORTUGUÊS

<http://www.culturaemercado.com.br/>

<http://captamos.org.br/>

www.voluntariadoempresarial.org.br/

Links livros:

<http://lp.rlkpro.com/l/ikZu2aABF1114>

https://www.pucsp.br/sites/default/files/download/posgraduacao/programas/gestao-de-organizacoes-da-sociedade-civil-book_1p.pdf

Cursos presenciais e on line

<https://escolaaberta3setor.org.br/>

<https://www.ead.senac.br/pos-graduacao/projetos-sociais-e-politicas-publicas/>

<https://www.pucsp.br/neats/encontros-tematicos.html>

<https://www.pucsp.br/neats/cursos-andamento.html>

<https://www.filantropia.org/>

<http://www.sp.senac.br/jsp/default.jsp?newsID=DYNAMIC,oracle.br.dataservers.CourseDataServer,selectCourse2&course=24847&template=397.dwt&testeiria=364&unit=FCO>

<http://igesc.fia.com.br/mod/page/view.php?id=251>

Congressos

<https://www.filantropia.org/fife>

<https://engageforgood.com/>

<http://afpicon.com/>

<http://festivalabcr.org.br/>

Cartilha de incentivos fiscais da INTERFARMA

www.interfarma.org.br/uploads/biblioteca/41-renuncia-fiscal-digital.pdf

Manual do Patrocinador

www.manualdopatrocinador.com.br

BIBLIOGRAFIA

ABONG. Um novo marco legal para as ONGs no Brasil – Fortalecendo a cidadania e a participação democrática. São Paulo: ABONG, 2007.

ARMANI, Domingos Antônio. Sustentabilidade: desafio democrático. In: Secretaria de Vigilância em Saúde, Coordenação Nacional de DSTe Aids. (Org.). Sustentabilidade: aids e sociedade civil em debate. Brasília: Ministério da Saúde, p. 9-14, 2004.

_____. O Sentido do planejamento na mobilização de recursos. In: Rogério Renato Silva; Paula Lubambo. (Org.). Mobilizar a experiência do programa de formação em mobilização de recursos da Aliança Interage. Recife: Aliança Interage, p. 71-74, 2008.

ASHOKA EM PREENDEDORES SOCIAIS E MCKINSEY & COMPANY Negócios sociais sustentáveis: estratégias inovadoras para o desenvolvimento social. São Paulo: Peirópolis, 2006.

AZEVEDO, Tasso Rezende. Buscando recursos para seus projetos. Ed. Texto Novo, 1998.

BARBOSA, Maria Nazaré Lins; OLIVEIRA, Carolina Felippe. Manual de ONGs: Guia Prático de Orientação Jurídica. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2001.

BIGLIONE, Ana; WOODS, Marcia K. Guia prático de marketing relacionado a causas. São Paulo: IDIS, 2007.

BOHÓRQUEZ-HERRERA, Carolina. Negócios Sociais: Um estudo de caso da empresa Midiacom.net (Aquiraz – CE). São Paulo: PUC-SP,2013.

BORZAGA, C.; SANTUARI, A. New trends in the non-profit sector in Europe: The emergence of social entrepreneurship. The Non-profit Sector in a Changing Economy, p.31-59, 2003.

BRASIL Demonstrativo dos gastos tributários Estimativas bases efetivas – 2010: Série 2008 a 2012. Brasilia: Ministério da Fazenda, Receita Federal, 2013.
www.receita.fazenda.gov.br/publico/estudotributario/BensTributarios/2010/DGTEfetivoAC2010Serie2008a2012.pdf

BRITO, M.; MELO, M. E. (org). Hábitos de doar e captar recursos no Brasil. São Paulo: Peirópolis, 2007.

BRUCE, Andy & LANGDON, Ken. Você sabe gerenciar projetos. São Paulo: Editora SENAC SP, 2008.

BULGARELLI, R. Diversos somos todos: valorização, promoção e gestão da diversidade nas organizações. São Paulo: Cultura, 2009.

CARTER, Cheryl; QUICK, James Aaron. How to Write a Grant Proposal (Wiley Nonprofit Law, Finance and Management Series). www.wiley.com/WileyCDA/Section/id-300271.html?sort=DATE&sortDirection=DESC&page=3

CESNIK, Fábio de Sá Guia do Incentivo à Cultura. 3^a Ed., São Paulo: Ed. Manole, 2012

CICONTE, Barbara K. e JACOB, Jeanne Gerda. FundRaising Basics: a complete guide. Aspen: Aspen Publication, 1997.

COMINI, Graziella Maria. Negócios Sociais e Inclusivos. São Paulo: Instituto Walmart, 2011. Disponível em: <<http://www.ruscheleassociados.com.br/pdf/panorama2.pdf>>

COMINI, Graziella Maria; ASSAD, Fernando; FISCHER, Rosa Maria. Social Business in Brazil, 2013.

COSTA, Daniela Pais. Prestação de Contas. In Terceiro Setor: temas polêmicos. São Paulo: Ed. Peirópolis, (p13-44), 2005.

CRUZ, Célia; ESTRAVIZ, Marcelo. Captação de Diferentes Recursos para Organizações Sem Fins Lucrativos. São Paulo: Ed. Global e Fonte, 2000.

DAW, Jocelyne. Cause marketing for nonprofits. New Jersey, US: John Wiley & Sons, 2006.

DOWBOR, L. Democracia econômica, São Paulo: Vozes, 2012. Versão atualizada em 31 de julho de 2012. Disponível em: <<http://dowbor.org/2008/01/democracia-economica-um-passeio-pelas-teorias-edicao-revista-em-nov-2010.html>>.

DRUCKER, Peter. Administração de organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas. São Paulo: Ed. Pioneira, 1994.

DUHIGG, Charles. O poder do hábito - Por que fazemos o que fazemos na vida e nos negócios. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2012.

EDLES, L. Peter. Fundraising: Hands-on Tactics for NonProfit Groups. McGraw-Hill, Inc.

EPPLER, Matin J.;PFISTER, Roland A. ComunicaçãoVisual, Elsevier, 2014.

EPSTEIN, Mark J;YUTHAS, Kristi. Measuring and improving social impacts: a guide for nonprofits, companies and impact investor. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2014.

FALCÃO, Ricardo. Elaboração de projetos e sua captação de recursos. São Paulo: Nova.e, 2015.

FERNANDES, Rubem César. Privado porém público: o terceiro setor na América Latina. 2.ed. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

FISCHER, Rosa Maria. O desafio da colaboração; práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor. São Paulo: Editora Gente, 2002.

FRELLER, Michel. Guia sobre incentivos fiscais para captadores de recursos de OSCs. São Paulo: Instituto Filantropia, 2017.

_____. Mobilização de Recursos para Organizações sem fins lucrativos por meio de Geração de renda própria - Dissertação de mestrado São Paulo: PUC-SP, 2014. disponível em:

<https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/1102/1/Michel%20Freller.pdf>

FREUND, Tomas A Relação Entre Voluntários e Profissionais Numa Organização do Terceiro Setor: Existe Um Duplo Comando?. São Paulo: Revista Integração/ FGV, 2006.
<http://integracao.fgvsp.br/ano9/10/index.htm>

GIFE: Grupo de institutos e fundações e empresas. Censo GIFE. Disponível em:
<https://gife.org.br/censo-gife/>

GLOBAL REPORTING INITIATIVE - GRI. Diretrizes para relatório de sustentabilidade - DRS, Versão 3.0, SP, 2006.

GOLDSCHMIDT Andrea (ORG). Voluntariado Empresarial: Estratégias para a implantação de programas eficientes. São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

HART, T.; GREENFIELD, J.M.; JOHNSTON, M. Nonprofit internet strategies: best practices for marketing, communications and fundraising. Hoboken, EU: John Wiley&Sons, 2005.

HAZARD, B. L. Online Fundraising at ARL Libraries. J.Acad. Librarianship, v.29, n.1, p. 8-15, 2003.

HEYMAN, Darian Rodriguez.; BRENNER, Laila. Guia Prático de Captação de Recursos. São Paulo; Instituto Filantropia, 2017;

HITT, M.A.; IRELAND, R.D.; HOSKISSON, R.E. Administração estratégica. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

HUDSON, Mike. Administrando Organizações do Terceiro Setor. São Paulo: Makron Books, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil, 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

INSTITUTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO INVESTIMENTO SOCIAL (IDIS). The World Giving Index 2017. Disponível em:<http://idis.org.br/world-giving-index-2017/>

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). A iniciativa privada e o espírito público: um retrato da ação social das empresas no Brasil. Brasília: IPEA, 2006.

JUNQUEIRA, Luciano Antônio Prates. Gestão Social: Organização, Parceria e Redes Sociais IN: CANÇADO, A.C.; SILVA Jr, J.T.; SCHOMMER, P.C.; RIGO, A. S. (orgs) Os desafios da formação em gestão social. Palmas: coleção Enapegs p.87 -103. 2008.

_____. Organizações sem fins lucrativos e redes na gestão de políticas sociais, Caderno de Administração PUC-SP, nº 3, p 101-126. 2000.

KAHNEMAN, Daniel. Rápido e Devagar: Duas Formas de Pensar. São Paulo: Ed. Objetiva, 2012.

KANTER, B.; PAINÉ, K.D. Measuring the networked nonprofit: using data to change the world. São Francisco: John Wiley&Sons, 2012.

KAPLAN, Allan. Artista do Invisível: O processo social e o profissional de desenvolvimento. São Paulo: Instituto Fonte e Ed. Peirópolis, 2002.

KANTER, Beth; PAINÉ, Katie Delahaye. Measuring the networked nonprofit: Using data to change the world. São Francisco, EUA: John Wiley&Sons INC, 2012.

KELLEY, Daniel Q. Dinheiro para sua Causa. Ed. TextoNovo, 1994.

KISIL, Marcos; FABIANI Paula Jancso; Alvarez, Rodrigo. Fundos patrimoniais: criação e gestão no Brasil. São Paulo: Zeppelin, 2012.

KOTLER, Phillip; LEE, N.R. Marketing contra a pobreza: as ferramentas para da mudança social para formuladores de políticas, empreendedores, ONGs, empresas e governos. Porto Alegre: Bookman, 2010.

LANDIM, leilah; BERES, Neide. Ocupação, despesas e recursos: as organizações sem fins lucrativos no Brasil. Rio de Janeiro: Nau editora, 1999.

LANDIM, Leilah. CARVALHO, Luiz Antonio. Projeto transparência e prestação de contas da sociedade civil na América Latina. Caso: Brasil. Rio de Janeiro: NUPEF/RITS /NASP/UFRJ, (p. 02-26), 2006-2007.

LARROUDÉ, Elisa Rodrigues Alves. Accountability de organizações do espaço público não-estatal: uma apreciação crítica da regulação brasileira. Dissertação de mestrado na FGV-EAESP, São Paulo: FGV, 2006.

LUBLIN, Nancy; RUDERMAN, Alyssa (Org). The DoSomething.org guide to creating a culture of impact. Dallas: BenBella Books, 2015.

MENDONÇA, Patricia Maria E. (coord). Pesquisa arquitetura institucional de apoio às organizações da sociedade civil no Brasil: Apresentação e resumo executivo São Paulo: Articulação D3 - Diálogos, Direitos e Democracia e CEAPG - Centro de Estudos em Administração Pública e Governo da ESASP - FGV, fevereiro de 2013. Disponível em: https://ceapg.fgv.br/sites/ceapg.fgv.br/files/u26/livro_articulacaod3.pdf

MENEZES, Henilton. A lei Rouanet muito além dos (f)atos. São PAULO: Ed. Fons Sapientiae, 2016.

MEREGE, Luis Carlos. Terceiro Setor: a arte de administrar sonhos. São Paulo: Plêiade, 2009.

MINTZBERG, Henry. Ascensão e Queda do Planejamento Estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. Safári de estratégia: Um roteiro pela selva do planejamento estratégico. 2.ed., Porto Alegre:Artmed, 2010.

MISOCZKY, Maria Ceci. Abordagem de redes no estudo de movimentos sociais: entre o modelo e a metáfora. Rio de Janeiro: RAP v.43 n.5, p.1147-1180, 2009.

NANUS, Burt. Liderança para o Terceiro Setor: Estratégias de sucesso para organizações sem fins lucrativos, São Paulo, 2000.

NOVAES, Regina. Hábitos de doar: motivações pessoais e as múltiplas versões do “espírito da dádiva”. In: BRITO, M.; MELO, M.E.(orgs.). Hábitos de doar e captar recursos no Brasil, São Paulo: Peirópolis, p. 17-56, 2007.

OLIVEIRA, J.A. P. Empresas na Sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social. São Paulo: Ed. Campus, 2008.

OLIVIERI, Cristiane; NATALE, Edson. (Org). Guia brasileiro de produção cultural 2010-2011, São Paulo: SESC SP, 2010.

PAES, José Eduardo Sabo. Fundações e entidades de interesse social: aspectos jurídicos, administrativos, contábeis e tributários. 5. ed. rev., atual. e ampl. de acordo com a Lei nº 10.406, de 10.1.2002 (Novo Código Civil brasileiro). Brasília: Brasília Jurídica, 2004.

PARIZZI, Elaine Thomé. Manual técnico sobre as leis de incentivo à cultura. Cuiabá MT: Carlini & Caniato editorial, 2011.

PELIANO, A. M. M. (coord). A iniciativa privada e o espírito público: A evolução da ação social das empresas privadas no Brasil. Brasília: IPEA 2006. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/acaosocial/IMG/pdf/doc-28.pdf>.

PEREIRA, Custódio. Captação de recursos: Fundraising. São Paulo: Ed. Mackenzie, 2011.

PEREZ, C.P; JUNQUEIRA L.P.(orgs.) Voluntariado e a gestão das políticas sociais. São Paulo: Futura, 2002.

PEREZ, L. Mobilização de indivíduos: é preciso pedir. Filantropia, São Paulo, v. 41, 2009. Disponível em: www.revistafilantropia.org.br.

PRAHALAD, C. K. A riqueza na base da pirâmide. São Paulo: Artmed, 2008.

PRAHALAD, C. K., HART, S.L. The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Strategy + Business, 2002.

PROCHNOW, M.; SCHAFFER, W.B. Pequeno manual para elaboração de projetos. Porto Alegre:UFRS, 1999.

RATTNER, Henrique. Sustentabilidade - uma visão humanista. Campinas: Ambiente soc. no.5, July/Dec. p. 233-.240.1999.

REIS, Guilherme Guerra; LIMA Renata Aparecida de. Imunidade tributária para o terceiro setor: comprendê-la e usá-la é um direito seu. São Paulo: Instituto Filantropia, 2016

RESENDE, T.A. Roteiro do terceiro setor associações e fundações o que são, como instituir, administrar e prestar contas. 4ed., Belo Horizonte: Prax, 2012.

ROSS, Bernard; SEGAL,Clare. The influential fundraiser: Using the psychology of persuasion to achieve outstanding results. São Francisco, USA: John Wiley & sons inc., 2009.

SACHS, Igancy. Caminhos para o desenvolvimento sustentável: idéias sustentáveis. 4. Ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SALAMON, L. M., et al. Global Civil Society: dimensions of the nonprofit sector. Baltimore, US:The John Hopkins Center for Civil Society Studies, 1999.

SANDLIN, Eileen Figure; HELWEG, Richard. 199 fun and effective fundraising events for nonprofit organizations. Florida: Atlantic Publishing, 2010.

SAUL, Jason. The end of fundraising: Raise more money by selling your impact. São Francisco, EUA: John Wiley&Sons INC, 2011.

SEKN. Socially inclusive business. Engaging the poor through market initiatives in iberoamerica. Social Enterprise Knowledge Network. Cambridge, Massachussets: Harvard University Publishing, 2010.

SEN, Amartya. Desenvolvimento como Liberdade. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SENAC (SP) /FUNDAÇÃO ABRINQ, Guia de Gestão: para quem dirige entidades sociais.

http://prattein.com.br/home/index.php?option=com_content&view=article&id=585:guia-de-gestao-para-quem-dirige-entidades-sociais&catid=166:gestao-de-servicos-e-programas&Itemid=262

SILVA, Antônio Luiz de Paula. Utilizando o planejamento como ferramenta de aprendizagem. São Paulo: Global e Instituto Fonte, 2001.

SZAZI, Eduardo. (org). Terceiro Setor: temas polêmicos 1. São Paulo: Gife e Fundação Peirópolis, 2004.

SZAZI, Eduardo. Terceiro setor: regulação no Brasil. São Paulo: Gife e Fundação Peirópolis, 2001.

TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa, COMINI, Graziella. Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context. Revista de Administração da Universidade de São Paulo, v. 47, n.3, 2012.

TRAVAGLINI, C; BANDINI, F; MANCINONE, K. Social enterprise across Europe: a comparative study on legal frameworks and governance structures. Report, 2008.

TIISEL, Danilo. (org) Capatação de recursos para o Terceiro Setor - Aspectos jurídicos. São Paulo: OAB-SP, 2011. Disponível em: www.oabsp.org.br/.../cartilhas/captacao.aspjur21092011%20revisada.pdf.

TOZZI, José Alberto. Prestação de contas no terceiro setor: a dicotomia do marco regulatório. São Paulo: PUC-SP. 2010.

_____. S.O.S. ONG: Guia de gestão para organizações do terceiro setor. São Paulo: Editora Gente, 2015

_____. ONG Sustentável: O guia para organizações do terceiro setor economicamente prósperas. São Paulo: Editora Gente, 2017

WEIL, Pierre TOMPAKOW, Roland. O corpo fala: A linguagem silenciosa da comunicação não-verbal. 62 edição, Petrópolis, RJ: Ed vozes, 2001.

YUNUS, M. Banker to the poor: Micro-lending and the battle against world poverty. New York: Founder of the Grameen Bank, 2003.

_____. Criando um negócio social, Rio de Janeiro: Campus, 2010.